

**STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA AMIL ZAKAT INFAQ
DAN SEDEKAH MUHAMMADIYAH (LAZISMU) DALAM
MENINGKATKAN PARTISIPASI UMAT BERZAKAT DI KOTA
PAREPARE**



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

2019

**STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA AMIL ZAKAT INFAQ
DAN SEDEKAH MUHAMMADIYAH (LAZISMU) DALAM
MENINGKATKAN PARTISIPASI UMAT BERZAKAT DI KOTA
PAREPARE**



Oleh

HENNY SUMARJA

NIM : 14.3100.017

**Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial
(S. Sos) Pada Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Jurusan Dakwah dan
Komunikasi Institut Agama Islam Negeri**

PAREPARE

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

2019

**STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA AMIL ZAKAT INFAQ
DAN SEDEKAH MUHAMMADIYAH (LAZISMU) DALAM
MENINGKATKAN PARTISIPASI UMAT BERZAKAT DI KOTA
PAREPARE**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Sosial**



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

2019

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Strategi Komunikasi Lembaga Amil Zakat Infaq dan Sedekah Muhammadiyah (Lazismu) dalam Meningkatkan Partisipasi Umat Berzakat di Kota Parepare

Nama : Henny Sumarja

Nim : 14.3100.017

Jurusan : Dakwah dan Komunikasi

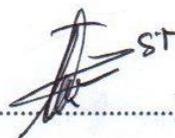
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare
B-752/Sti.08/KP.01.1/10/2017

Tanggal Persetujuan :

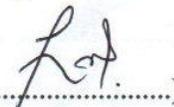
Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama : Drs. A. Nurkidam, M.Hum.

(..........)

NIP : 19641231 199203 1 045

Pembimbing Pendamping : Nurhakki, S.Sos., M.Si.

(..........)

NIP : 19770616 200912 2 001

Mengetahui:

Jurusan Dakwah dan Komunikasi

Plt. Ketua Jurusan



Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag.
NIP: 19680404 199303 1 005

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA AMIL ZAKAT INFAQ DAN SEDEKAH MUHAMMADIYAH (LAZISMU) DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI UMAT BERZAKAT DI KOTA PAREPARE

Di Susun dan Diajukan Oleh

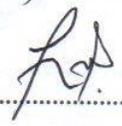
HENNY SUMARJA

NIM : 14.3100.017

Telah dipertahankan di depan dewan penguji ujian munaqasyah pada tanggal 23 Oktober 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat

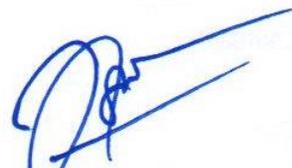
Mengesahkan

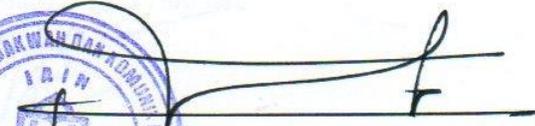
Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama	:	Drs. A. Nurkidam, M, Hum.	(..... )
NIP	:	19641231 199203 1 045	
Pembimbing Pendamping	:	Nurhakki, S.Sos., M.Si.	(..... )
NIP	:	19770616 200912 2 001	

Institut Agama Islam Negeri Parepare
Rektor

Plt. Ketua Jurusan Dakwah dan
Komunikasi


Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.
NIP : 19640427 198703 1 002


Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag.
NIP: 19680404 199303 1 005



PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Lembaga Amil Zakat Infaq dan Sedekah Muhammadiyah (Lazismu) dalam Meningkatkan Partisipasi Umat Berzakat di Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Henny Sumarja

Nomor Induk Mahasiswa : 14.3100.017

Jurusan : Dakwah dan Komunikasi

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dasar Penetapan : SK. Ketua STAIN Parepare

Pembimbing : B-752/Sti.08/KP.01.1/10/2017

Tanggal kelulusan : 23 Oktober 2018

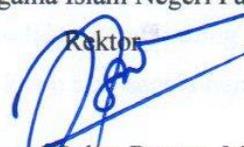
Disahkan Oleh Komisi Penguji

Drs. A. Nurkidam, M.Hum.	(Ketua)
Nurhakki, S.Sos., M.Si.	(Sekertaris)
Dr. Nasri H, M.Ag.	(Anggota)
Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I.	(Anggota)

Mengetahui:

Institut Agama Islam Negeri Parepare

Rektor


Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si
NIP : 19640427 198703 1 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh. Salam sejahtera untuk kita semua. Alhamdulillah robbil'alamin. Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah menciptakan alam semesta beserta isinya. Puji syukur kehadiran Allah SWT berkat taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai syarat untuk menyelesaikan gelar “Sarjana Sosial pada Jurusan Dakwah dan Komunikasi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis hanturkan rasa terima kasih setulus-tulusnya kepada Mamaku Sumarni dan Bapakku tercinta Djamal yang senantiasa memberi semangat dan doa demi kesuksesan anak perempuannya ini. Berkat merekalah sehingga penulis tetap bertahan dan berusaha menyelesaikan tugas akademik ini dengan sebaik-baiknya.

Penulis sadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, baik yang berbentuk moral maupun material. Maka menjadi kewajiban penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah suka rela membantu serta mendukung sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Penulis dengan penuh kerendahan hati mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah bekerja keras mengelola lembaga pendidikan ini demi kemajuan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag selaku “Ketua Jurusan Dakwah dan Komunikasi” atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Drs. A. Nurkidam, M.Hum selaku Pembimbing I dan Nurhakki, S.Sos, M.Si selaku Pembimbing II, terima kasih atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan.

4. Ibu Nurhakki, S.Sos M.Si. Penanggung Jawab Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) sekaligus sebagai dosen penasehat akademik untuk semua ilmu serta motivasi berprestasi yang telah diberikan kepada penulis.
5. Bapak/Ibu Dosen yang masing-masing mempunyai kehebatan tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan. Semoga mereka sehat selalu.
6. Bapak Dr. Nasri H, M.Ag sebagai dosen Penguji Utama dan Bapak Dr. Ramli, M.Sos.I sebagai dosen Penguji Pedamping yang telah meluangkan waktunya untuk menghadiri ujian munaqasyah dan banyak memberikan saran dan motivasi demi mencapai hasil penelitian yang bermanfaat.
7. Jajaran staf administrasi jurusan Dakwah dan Komunikasi serta staf akademik yang telah begitu banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
8. Ketua dan Sekertaris Lazismu beserta para amil zakat lazismu Parepare, dimana penulis banyak belajar betapa pentingnya membayar zakat itu.
9. Pak Suriyadi selaku guru penulis ketika MA (Madrasah Aliyah) yang mengajarkanku untuk tetap kreatif, memperhatikan penulisan yang baik dan benar saat mengerjakan tugas yang notabenehnya ilmiah, tidak menyingkat tulisan seperti pengetikan pesan pada layar telpon sehingga sampai hari ini penulis berusaha mengindahkan perkataan beliau agar mudah dipahami.
10. Sahabat penulis, Nurhusna, Dzalsabilah, yang selalu memberikan motivasi untuk tetap semangat mengerjakan skripsi ini, meluangkan waktu bersama, menjadi pendengar yang baik, serta berbagi canda dan tawa, terima kasih untuk semua itu.
11. Teman-teman KPI angkatan 2014: Misra, Rosnani (Ummi), Hera, Unga, Fitri, Sartika Tenri, Herni, Hesti, Erna, Munita, Rahma, Nihlah, Hardianti, Zainal, Alde, Rachmat, Ancu, Tama, Adhim (Oik), Akbar, Rijal, Paisal, yang senantiasa mewarnai hari-hari penulis baik itu belajar di dalam kelas maupun di luar kelas. Terima kasih untuk waktunya kurang lebih empat tahun bersama, ,menjadi teman jalan, teman diskusi dari segala aspek hingga menuai perdebatan yang positif karena perbedaan pendapat.

12. Teman-teman BKI dan Manajemen Dakwah (MD) angkatan 2014 atas sharing dan komunikasi yang terus terjalin, khususnya Nur Aliyah, S.Sos dan Linda Baharuddin, S.Sos
13. Teman-teman KPI angkatan-angkatan sebelumnya yang telah banyak membantu dalam pengerjaan skripsi ini, khususnya Hayana, S.Sos dan Yuniarti, S.Sos.
14. Ade Kurniawan Iskandar seorang suami yang tiada hentinya memberikan motivasi dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
15. Seluruh teman-teman yang membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, hanya ucapan terima kasih dan doa yang penulis berikan atas semua bantuan dan dukungannya

Akhirnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun berbagai hambatan dan ketegangan telah dilewati dengan baik karena selalu ada dukungan dan motivasi yang tak terhingga dari berbagai pihak. Semoga Allah SWT. selalu melindungi dan meridhoi langkah kita sekarang dan selamanya. Aamiin.

Parepare, 23 Oktober 2018

Penulis



PAREPARE

HENNY SUMARJA

NIM: 14.3100.017

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : HENNY SUMARJA
Nomor Induk Mahasiswa : 14.3100.017
Jurusan : DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Program Studi : KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA AMIL ZAKAT INFAQ DAN SEDEKAH MUHAMMADIYAH (LAZISMU) DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI UMAT BERZAKAT DI KOTA PAREPARE”** benar merupakan hasil karya sendiri dan jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atas keseluruhan skripsi dan hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 23 Oktober 2018

Penulis



HENNY SUMARJA
NIM: 14.3100.017

ABSTRAK

HENNY SUMARJA. *Strategi Komunikasi Lembaga Amil Zakat Infaq dan Sedekah Muhammadiyah (Lazismu) dalam Meningkatkan Partisipasi Umat Berzakat di Kota Parepare*, dibimbing oleh A Nurkidam dan Nurhakki.

Penelitian ini fokus mengkaji tentang bagaimana penerimaan dan pengelolaan dana zakat Lazismu untuk menarik minat umat berzakat dan bagaimana strategi komunikasi Lazismu untuk menarik minat umat berzakat di Kota Parepare.

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Lazismu Parepare jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 30. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berupa kata-kata, tertulis, atau lisan dari informan dan data dari Lazismu sebagai bentuk kredibilitasnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Lazismu untuk menarik minat umat dalam berzakat terdiri dari tiga hal penting yaitu, (1) strategi komunikator; (2) strategi pesan; (3) strategi media. Dianalisis berdasarkan data yang diperoleh di lapangan dengan menggunakan teori formula komunikasi Harold D'Lasswell (siapa yang mengatakan, apa yang dikatakan, melalui apa, kepada siapa, dan apa akibatnya). Selain hal tersebut, media komunikasi yang digunakan Lazismu dalam menarik minat umat berzakat di Kota Parepare menggunakan teori Mc Luhan (*the medium is message*) terbukti efisien. Calon muzakki atau donatur zakat dengan mudah mendapat informasi tentang pentingnya membayar zakat serta Lazismu lebih dikenal oleh masyarakat melalui media komunikasi antara lain, (1) radio mesra dan radio peduli; (2) brosur Lazismu dan baliho; (3) tv peduli; (4) instagram, *facebook*, dan *whats'app*.

Kata Kunci: Penerimaan dan Pengelolaan Dana Zakat, Strategi Komunikasi, Lazismu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN KOMISI PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN KOMISI PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latarbelakang Masalah.....	1
1.1. Rumusan Masalah.....	5
1.2. Tujuan Penelitian.....	5
1.3. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Tinjauan Teoritis.....	8
2.2.1 Teori Harold D. Lasswell.....	8
2.2.2 Teori Pesan.....	12
2.2.3 Teori Media.....	15

2.3	Tinjauan Konseptual.....	18
2.4	Bagan Kerangka Pikir.....	28
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	29
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
3.3	Fokus Penelitian.....	30
3.4	Jenis dan Sumber Penelitian.....	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6	Instrumen Pengambilan.....	32
3.7	Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Penerimaan dan Pengelolaan Zakat Lazismu.....	34
4.1.1	Profil Lazismu Parepare.....	34
4.1.2	Penerimaan Zakat.....	40
4.1.3	Pengelolaan Zakat.....	42
4.2	Strategi Komunikasi Lazismu.....	55
4.2.1	Komunikator.....	56
4.2.2	Pesan.....	62
4.2.3	Media.....	66
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

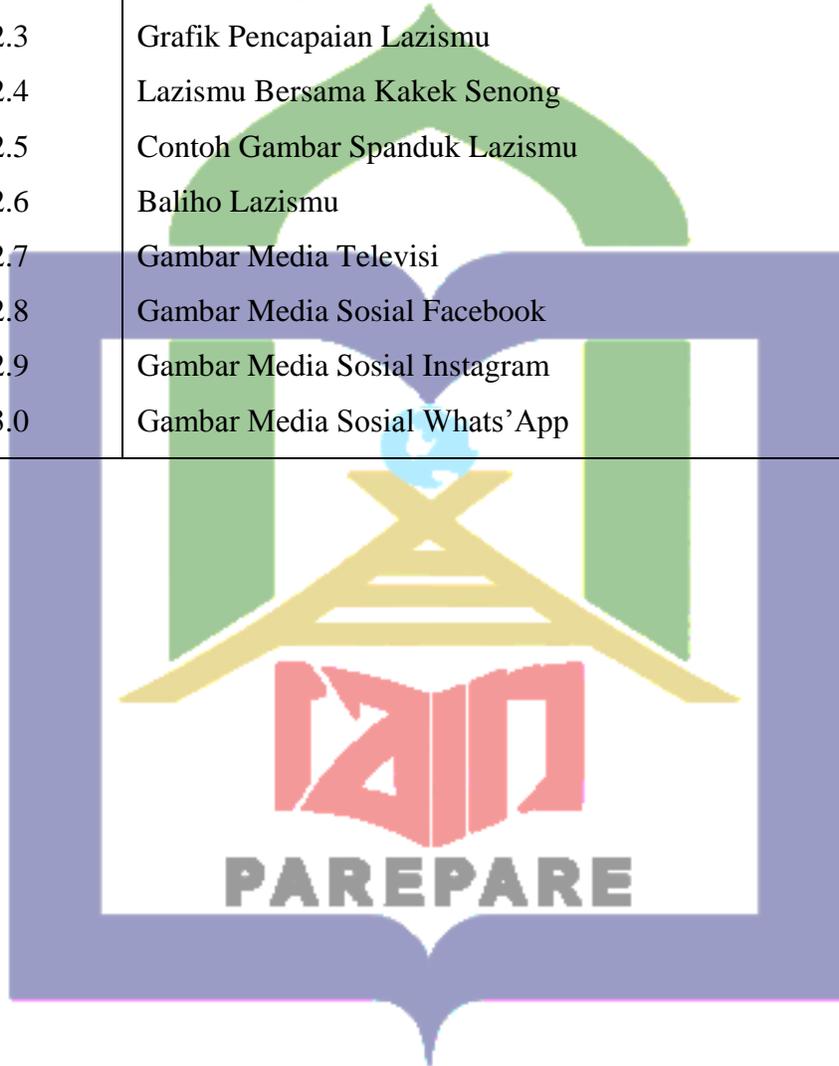
DAFTAR TABEL

No.Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Kantor Layanan Lazismu Parepare	37
1.2	Pengelolaan Dana Zakat Periode Januari-Juni 2017	54
1.3	Pengelolaan Dana Zakat Periode Juli-Desember 2017	55
1.4	Isi Pesan Lazismu melalui Radio Peduli	65



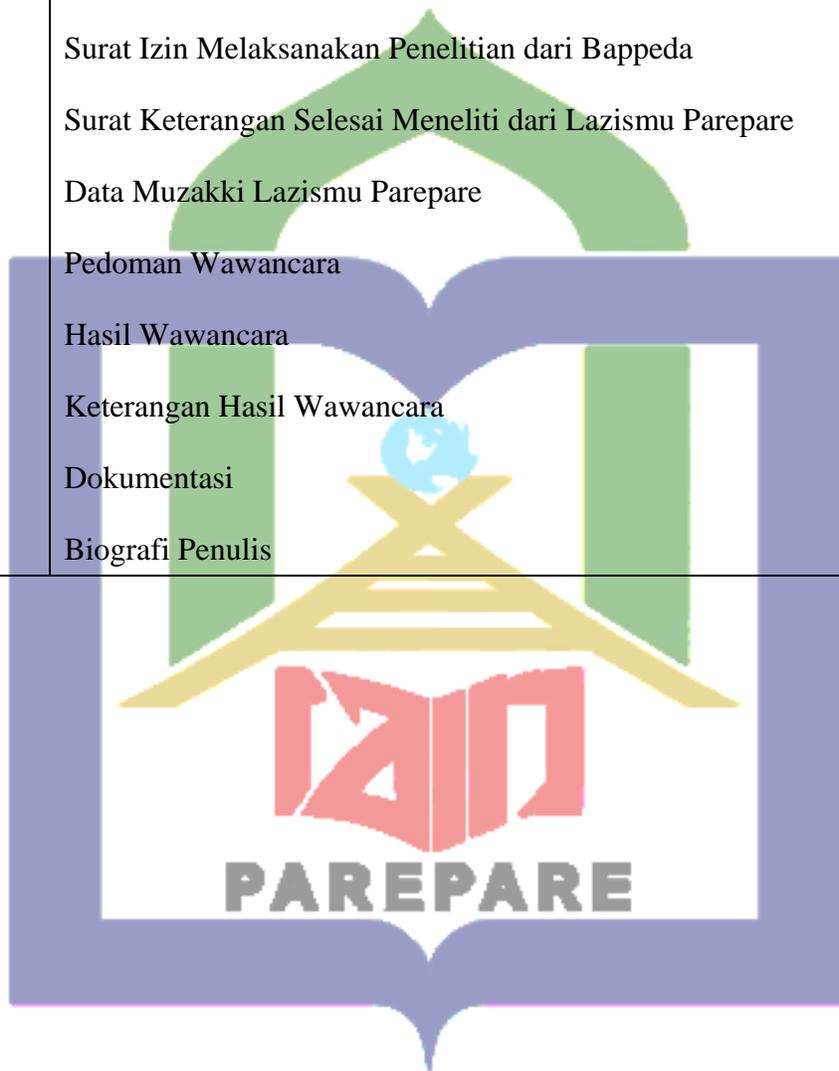
DAFTAR GAMBAR

No.Gambar	Jenis Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Pikir	28
2.2	Struktur Pengurus Lazismu	39
2.3	Grafik Pencapaian Lazismu	41
2.4	Lazismu Bersama Kakek Senong	52
2.5	Contoh Gambar Spanduk Lazismu	63
2.6	Baliho Lazismu	69
2.7	Gambar Media Televisi	73
2.8	Gambar Media Sosial Facebook	74
2.9	Gambar Media Sosial Instagram	75
3.0	Gambar Media Sosial Whats'App	77



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran
1	Surat Izin Penelitian dari IAIN Parepare
2	Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Bappeda
3	Surat Keterangan Selesai Meneliti dari Lazismu Parepare
4	Data Muzakki Lazismu Parepare
5	Pedoman Wawancara
6	Hasil Wawancara
7	Keterangan Hasil Wawancara
8	Dokumentasi
9	Biografi Penulis



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mengajak umat untuk taat pada rukun Islam, salah satunya, adalah menunaikan zakat. Membayar zakat dalam bentuk harta yang kita miliki dalam jumlah tertentu, wajib kita keluarkan sebagai seorang muslim dan diberikan kepada orang-orang yang lebih membutuhkan, seperti; fakir, miskin, amil (pengurus zakat), *mu'allaf* (orang yang baru masuk Islam), *riqab* (perbudakan), *gharim* (orang yang dililit utang), *ibn sabil* (orang yang melakukan perjalanan), *fi sabilillah* (orang yang berjuang di jalan Allah) mereka berhak menerimanya. Zakat dianggap penting bahkan wajib, sebab Allah telah memerintahkan dalam QS. Al-Baqarah Ayat 43, sebagai berikut:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ ﴿٤٣﴾

Terjemahan: “Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku’lah beserta orang-orang yang ruku’”¹

Membayar zakat bagi umat Islam akan mendapatkan pahala yang begitu besar karena merupakan rukun Islam yang ke-3 (tiga). Keutamaan menunaikan zakat dapat mendekatkan diri kita kepada Allah Swt. dan dapat menambah kadar keimanan bagi setiap muslim, karena telah mampu melaksanakan kewajiban dengan memberikan sebagian harta yang dimiliki secara ikhlas semata-mata ingin mendapat Ridha-Nya.

Orang yang berzakat akan dihapuskan segala dosa-dosanya, selain itu membayar zakat bagi kita sendiri antara lain dapat mensucikan harta benda yang

¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Terbit Terang, 2002), h.8

dimiliki agar bersih dari sifat egois dan kikir. Berzakat juga mampu menentramkan hati seperti firman Allah Swt. dalam QS. At-Taubah Ayat 103, sebagai berikut:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ
وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٠٣﴾

Terjemahan: “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka karena dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka serta berdoalah untuk mereka tentram dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.”²

Sebanding dan selaras dengan itu, tentu peran-peran kemanusiaan sebagai umat Islam dan peran kemanusiaan sebagai hamba Allah dalam menciptakan kemakmuran, keadilan yang diridhoi Allah Swt. di tengah-tengah masyarakat, perlu untuk kita teliti. Sebuah lembaga zakat yang dikenal di kota Parepare yaitu Lembaga Amil Zakat Infaq dan Sedekah Muhammadiyah (Lazismu) launching sejak tahun 2016 lalu telah melakukan proses yang sangat panjang dalam membangun zakat infaq dan sedekah di kota Parepare. Lazismu Parepare dinobatkan sebagai penyeter zakat terbanyak di Sulawesi Selatan.

Ketua Lazismu, Erna Rasyid Taufan membenarkan hal tersebut. “Alhamdulillah kami dinobatkan sebagai penyeter zakat terbanyak antara pengurus Lazismu se-Sulawesi Selatan”³

Kordinator Lazismu Sulsel Mustari Bosra menghadiri seminar zakat nasional di Parepare beberapa waktu lalu. Dalam sambutannya, Mustari memuji Lazismu Parepare berpotensi menjadi pengumpul zakat terbanyak. Pasalnya, hanya selama delapan bulan berdiri Lazismu telah mengumpulkan zakat sebanyak Rp 2,5 miliar.

²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Terbit Terang, 2002), h.273

³<https://www.lazismu.org/lazismu-parepare-penyeter-zakat-terbanyak/> (diakses pada tanggal 2 November 2017).

Nominal itu dalam bentuk uang maupun tanah.⁴ Perolehan zakat pada tahun 2017 semester 1 dihitung dari Januari sampai Juni secara keseluruhan sebanyak Rp490.612.000⁵

Dr. H. M. Taufan Pawe (Walikota Parepare), sebagai *keynote speaker*, menegaskan bahwa Baznas menjadi penggerak ekonomi umat, begitu pula Lazismu Parepare yang saat ini telah menghimpun zakat dua miliar lebih. Potensi zakat besar, tapi kemampuan menghimpun yang sangat terbatas sehingga harus dimulai dengan membangun kepercayaan pada umat, terutama dalam pengelolaannya. Baznas dan Lazismu diharapkan bisa berperan aktif dalam membangun ekonomi daerah. Hakikatnya masyarakat itu sudah paham masalah kewajiban zakat, hanya saja mereka belum terlalu percaya tentang para pengelola zakat sehingga banyak muzakki (orang yang membayar zakat) langsung mengantar zakatnya kepada mustahik (penerima zakat).⁶

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.⁷ Lazismu tentunya mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik sehingga dapat menarik minat *muzakki* membayar zakat di lembaga tersebut.

Lazismu ini memiliki strategi-strategi komunikasi jitu dalam mengajak masyarakat Parepare berpartisipasi memberikan infaq, sedekah, terlebih zakatnya kepada yang membutuhkan. Strategi-strategi inilah yang kemudian menjadi poin sangat penting untuk dipahami bersama, terlebih lagi melihat perkembangan dan

⁴<http://pijarnew.com/hanya-delapan-bulan-lazismu-parepare-kumpulkan-zakat-rp25-miliart/> (diakses pada tanggal 2 November 2017).

⁵Perolehan Zakat Lazismu di Tahun 2017 (Wawancara oleh Syaiful sebagai Sekertaris Lazismu Parepare) wawancara dilaksanakan pada tanggal 10 Oktober 2017.

⁶<https://m.facebook.com/lazismupre/posts/1404108342967212:0> (diakses pada tanggal 2 November 2017).

⁷Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1984), h.32

kemajuan dari Lazismu telah mencapai titik-titik prestasi yang sangat membanggakan dalam mengumpulkan dana umat yang dibingkai dalam sebuah organisasi yaitu Lazismu kota Parepare.

Kesadaran Umat Islam akan kewajiban membayar zakat semakin hari semakin meningkat, berbagai kalangan terus merasakan manfaat memberi dan berbagi kepada sesama. Pimpinan NV Haji Kalla Toyota Parepare telah mengambil kebijakan setiap penerimaan gaji karyawan harus menyisihkan dan mengeluarkan Zakat Profesi sebanyak 2,5% setiap bulannya. Zakat profesi para karyawan ini dikumpulkan melalui bendahara secara langsung, dan sebahagiannya diserahkan kepada Lazismu Kota Parepare.⁸

Lazismu terbukti menjadi lembaga zakat terpercaya, dengan banyaknya *muzakki* mempercayakan zakatnya terkumpul di Lazismu Parepare untuk disalurkan kepada orang-orang yang membutuhkan. Salah satu contoh, para guru dan bagian Tata Usaha SMP N 9 Kota Parepare melalui Kepala Sekolah Kamaruddin, M.Pd dan disaksikan dewan gurunya menyerahkan Zakat, Infak dan Sedekahnya kepada Lazismu diterima langsung oleh Sekretaris Lazismu Saiful Amir.⁹

Melihat perkembangan yang terjadi pada Lazismu ini, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Strategi Komunikasi Lazismu dalam Meningkatkan Partisipasi Umat Berzakat di Kota Parepare.

⁸<http://www.suaratimur.com/karyawan-toyota-kalla-berzakat-di-lazismu/2226/> (diakses pada tanggal 30 Maret 2018)

⁹<http://www.suaratimur.com/dewan-guru-dan-tu-smp-9-parepare-berzakat-ke-lazismu/1871/> (diakses pada tanggal 30 Maret 2018)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis mencoba merumuskan masalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana penerimaan dan pengelolaan zakat Lazismu untuk menarik minat umat dalam berzakat di Kota Parepare?
- 1.2.2 Bagaimana strategi komunikasi Lazismu dalam mengajak umat berpartisipasi untuk berzakat di Kota Parepare?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian diantaranya:

- 1.3.1 Mengetahui penerimaan dan pengelolaan zakat Lazismu untuk menarik minat umat dalam berzakat
- 1.3.2 Mengetahui strategi komunikasi Lazismu dalam mengajak umat berpartisipasi untuk berzakat

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini diantaranya:

- 1.4.1 Secara praktis, penelitian ini diharapkan agar masyarakat mengetahui dan memahami strategi komunikasi yang dilakukan Lazismu Parepare dalam meningkatkan pendapatan zakat, sehingga dapat berpartisipasi dalam menyalurkan zakat kepada Lazismu Parepare.
- 1.4.2 Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang zakat, meningkatkan kadar ketakwaan kepada Allah Swt. dan memperkaya pengetahuan keislaman pada umumnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian ini penulis memaparkan dua penelitian yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti. Hal ini dimaksudkan untuk menelaah penelitian-penelitian sebelumnya untuk menghindari duplikasi serta menjadi relevansi terhadap penelitian yang akan diteliti.

2.1.1 Skripsi Hasriandi, mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar dengan judul “Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) dalam Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Kecamatan Rappocini Kota Makassar.” Rumusan pokok permasalahan pada penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi komunikasi Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) dalam pemberdayaan masyarakat miskin di Kecamatan Rappocini Kota Makassar, kemudian pokok masalah selanjutnya 2) Apa faktor pendukung dan penghambat Badan Amil Zakat Nasional dalam pemberdayaan masyarakat miskin di Kecamatan Rappocini Kota Makassar. Jenis penelitian tergolong penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang meliputi, pengenalan khalayak, penyusunan pesan, menetapkan metode serta seleksi penggunaan media. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, pertama strategi komunikasi yang dilakukan Badan Amil Zakat Nasional dalam pemberdayaan masyarakat miskin di Kecamatan Rappocini Kota Makassar pada dasarnya dilakukan secara tidak langsung yakni disalurkan melalui aparat pemerintahan (Camat, Lurah, RT, RW) dan aparat pemerintahan inilah informasi tentang pemberdayaan kemudian disampaikan ke masyarakat yang

disusul dengan adanya sosialisasi serta adanya pelatihan terhadap masyarakat miskin.¹⁰

Penelitian tersebut memiliki kesamaan meneliti lembaga zakat, namun yang membedakan adalah fokus penelitian Hasriandi membahas tentang pemberdayaan masyarakat miskin sedangkan pada penelitian yang akan diteliti berfokus dalam meningkatkan partisipasi umat berzakat.

2.1.2 Skripsi Ramzi, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul “Pendayagunaan Zakat di Lazismu Solo dalam Perspektif Hukum Islam.” Penelitian ini dilaksanakan untuk meneliti bagaimana pendayagunaan zakat yang dilakukan pada LAZISMU Solo. Dengan pengumpulan dan pendistribusian yang baik maka kepercayaan masyarakat meningkat dan semua kegiatan yang dilakukan lebih optimal. Sedangkan dalam pengumpulan dan pendistribusian zakat di LAZISMU dilakukan melalui program-program kerja untuk penyaluran dana zakat. Dengan demikian disimpulkan bahwa pendayagunaan zakat di Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Solo belum sepenuhnya sesuaidengan syari’at Islam dikarenakan dalam pendayagunaan zakat yang diperuntukan kepada kelompok delapan asnaf yaitu untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para *mu’allaf* yang dibujuk hatinya, budak (yang mau memerdekakan diri), orang-orang yang berhutang, orang yang sedang di jalan Allah dan Ibnu sabil di LAZISMU Solo belum tercover semuanya sesuai

¹⁰Hasriandi, *Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) dalam Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Kecamatan Rappocini Kota Makassar*. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/4626/1/HASRIANDI.pdf> (diakses pada tanggal 15 Desember 2017)

dengan perintah Allah SWT. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan analisis data secara deskriptif kualitatif.¹¹

Penelitian tersebut memiliki kesamaan meneliti Lazismu, namun yang membedakan adalah fokus penelitian Ramzi membahas tentang pendayagunaan zakat sedangkan pada penelitian yang akan diteliti berfokus pada strategi komunikasi lembaga zakat tersebut.

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Teori Harold D. Lasswell

Sebelum beranjak lebih jauh, penulis mengulas kembali, arti dari komunikasi yang sangat erat hubungannya dengan pengelolaan pesan. Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Paradigma Lasswell tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni: 1) komunikator (*communicator, source, sender*); 2) pesan (*message*); 3) Media (*channel, media*); 4) komunikan (*communicant, communicate, receiver. Recipient*); 5) Efek (*effect, impact, influence*). Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.¹²

¹¹Ramzi, *Pendayagunaan Zakat di Lazismu Solo dalam Perspektif Hukum Islam*. <http://eprints.ums.ac.id/39798/1/02%20NASKAH%20PUBLIKASI.pdf> (diakses pada tanggal 15 Desember 2017)

¹²Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1984), h.10.)

Komunikator atau pengirim adalah pihak pertama yang membuat atau melakukan *encoder* pesan.¹³ Dia merupakan pemrakarsa mengubah pesan karena ingin menyajikan pikiran dan pendapat tentang suatu peristiwa atau objek. Pengirim dapat bersumber dari individu, bisa pula dari kelompok atau organisasi. Sebagai pengirim pesan dengan tujuan tertentu, maka pengirim tidak selalu berada dalam posisi serba tahu atau serba kenal dengan penerima, karena itu pengirim sebelum mentransmisi pesan harus memahami tingkat kepercayaan penerima saat menerima pesan. Jika sebuah proses komunikasi tidak berjalan efektif, maka kesalahan terbesar terletak pada komunikator, sebab cara komunikator memulai sebuah pesan menentukan bagaimana pesan itu diterima.

Seorang komunikator harus memiliki kredibilitas (*credibility*). Kredibilitas ialah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak (penerima). Gobbel, Menteri Propaganda Jerman dalam Perang Dunia II menyatakan bahwa, untuk menjadi seorang komunikator yang efektif harus memiliki kredibilitas yang tinggi.¹⁴

Dengan demikian Hovland mengungkapkan bahwa karakteristik sumber sangat berperan dalam mempengaruhi penerimaan awal pada pihak penerima pesan dan dapat memiliki efek.¹⁵ Sumber yang dapat dipercaya (*credible*) akan memperkuat nilai informasi yang disampaikan, dan untuk kredibilitas sumber memiliki tiga faktor yaitu status, keandalan, dan keahlian sumber. Ketiga hal tersebut, jika dimiliki oleh sumber maka akan menambah nilai informasi yang akan disampaikan.

¹³Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2017), h. 43.

¹⁴Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h.91.

¹⁵Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2017), h. 44.

Aristoteles mengemukakan bahwa untuk menjadi komunikator yang efektif perlu memperhatikan tiga hal yaitu *ethos*, *phatos*, dan *logos*. *Ethos* terletak pada kecerdasan (*authoritiveness*) yang tercermin dalam kata-kata, argumen-argumen yang masuk akal; karakter (*trustworthiness*) tercermin dalam ketulusan, kejujuran, dan citra positif pembicara; dan niat baik (*goodwill*) yang dipersepsikan dari seorang pembicara. *Eugene Ryan ethos* merupakan istilah yang luas yang merujuk pada pengaruh timbal balik yang dimiliki oleh pembicara dan pendengar terhadap satu sama lain, sebab pembicara dapat mempengaruhi khalayak sebagaimana khalayak dapat mempengaruhi pembicara.

Phatos yaitu pendekatan emosional yakni kemampuan komunikator menggugah emosi yang dimunculkan oleh pendengar, dan pendengar sebagai alat pembuktian ketika emosi mereka digugah oleh rasa misalnya: bahagia, sakit, atau benci. *Phatos* merupakan keterampilan menyampaikan pesan dengan memakai perumpamaan (*metafora*), seni menampilkan suara baik volume maupun intonasi (*amplification*), menyampaikan pesan dengan bertutur (*story telling*) yang dapat menggugah emosi audiens.

Faktor ketiga yang harus dimiliki komunikator adalah *logos*, yaitu pendekatan logika dan rasional dalam menyampaikan argumentasi. Seorang komunikator harus memiliki akal yang sehat, dan kemampuan menyampaikan pesan-pesan yang masuk akal karena disertai bukti-bukti dan data yang akurat (tepat benar), aktual (betul-betul terjadi), dan faktual (berdasarkan kenyataan dan mengandung kebenaran).

Selain dari kredibilitas, daya tarik adalah salah satu faktor yang harus dimiliki oleh seorang komunikator. Faktor daya tarik (*attractiveness*) banyak menentukan berhasil tidaknya komunikasi. Pendengar atau pembaca bisa saja mengikuti

pandangan seorang komunikator, karena ia memiliki daya tarik dalam hal kesamaan (*similarity*), dikenal baik (*familiarity*), disukai (*liking*), dan fisiknya (*physic*).¹⁶ Mill dan Anderson (1965) menemukan dalam penelitiannya bahwa komunikator yang memiliki fisik yang menarik, lebih mudah menggugah pendapat dan sikap seseorang.

Dalam berkomunikasi kepada komunikan, hendaknya memerhatikan yang dinamakan *encoding*. Encoding adalah kegiatan yang dilakukan sumber untuk menerjemahkan pikiran dan ide-idenya ke dalam suatu bentuk yang dapat diterima oleh penerima.¹⁷ Tentunya dengan melakukan encoding ini akan lebih memudahkan kita untuk berkomunikasi dengan lawan bicara tanpa ada rasa gugup serta yang ingin disampaikan dapat dengan mudah dipahami oleh pendengar, pembaca, atau pun khalayak.

Jika anda seorang wartawan dan akan menulis berita maka anda akan berusaha untuk menuliskan dengan baik agar dapat dipahami oleh pembacanya. Proses-proses tersebut merupakan proses *encoding* yang dilakukan oleh sumber atau komunikator saat akan menyampaikan ide-idenya. Kemampuan setiap orang untuk melakukan *encoding* berbeda-beda, ada yang sangat mahir memilih kata-kata sehingga dapat menghasilkan kalimat yang mengesankan penerima. Lalu komunikasi berfungsi sebagai *pengawa-sandi (decoder)*.

Wilbur Schramm, seorang ahli komunikasi kenamaan, dalam karyanya, “*Communication Research in the United States*,” menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan

¹⁶Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h.93-94.

¹⁷Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2017), h. 45.

kerangka acuan (frame of reference), yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collections of experiences and meanings*) yang pernah diperoleh komunikan.¹⁸

2.2.2 Teori Pesan

Pesan adalah kumpulan ekspresi perilaku, biasanya terdiri dari simbol-simbol yang dimengerti bersama, diproduksi untuk menyampaikan sesuatu.¹⁹ Meskipun hubungan diantara simbol-simbol dan hal yang diwakili oleh simbol-simbol tersebut berubah-ubah, komunikasi masih mungkin terjadi, sebagian karena kebanyakan simbol yang digunakan memiliki interpretasi konvensional.

Meskipun makna *konvensional* (denotatif) yang diasosiasikan dengan simbol jarang sekali cukup tepat untuk menyampaikan makna-makna khusus terkait konteks (konotatif) dari pihak sumber. Jadi simbol-simbol yang menyusun sebuah pesan harus diinterpretasikan penerima dengan cara yang peka konteks. Oleh karena itu menurut Motley komunikasi bersifat setia artinya, tinggi rendahnya tingkat perbedaan interpretasi yang diberikan oleh pihak sumber dan pihak penerima kepada simbol-simbol penyusun pesan akan mempengaruhi tingkat pencapaian makna yang dimengerti bersama.

Pesan bukan sekadar simbol-simbol yang menyusun kata dan kalimat. Pesan pada dasarnya adalah suatu tindak tutur (*speech act*) pemeragaan suatu tindakan lewat ekspresi berupa kata dan sikap tubuh (*gestures*). Searle meyakini bahwa menggunakan simbol-simbol untuk memproduksi sebuah pesan, sebenarnya sumber sudah melakukan serangkaian utuh tindakan, yang meliputi satu tindakan ilokusioner (*illocutionary act*) atau lebih (misalnya: mendeklarasikan, menyatakan, mengarahkan,

¹⁸Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1984), h. 13.

¹⁹Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2017), h.46

mengungkapkan, atau melakukan) juga banyak tindak proporsional (misalnya: mengungkapkan kata-kata, kalimat, dan sikap tubuh).

Lebih lanjut Searle mengungkapkan bahwa, semua tindakan yang dilakukan sumber melalui pesan dan diinterpretasikan oleh penerima mengandung bibit kesalahpahaman pada pihak penerima. (1) penerima mungkin tidak mengerti apa yang diucapkan (keliru tentang kata atau kalimat), (2) apa yang dimaksudkan (keliru tentang referensi atau prediksi), (3) apa yang dilakukan (keliru akan tindak ilokusioner penutur), (4) apa yang ingin dicapai (keliru tentang hasil yang diinginkan), (5) atau motivasi dasar penutur untuk tindakan-tindakan saling berkait tersebut.

2.2.2.1 Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal diartikan sebagai bicara atau lisan atau tulisan yang merupakan perwujudan bahasa sebagai medium pertukaran pesan. Kemampuan komunikasi verbal sangat dibutuhkan dan menentukan kesuksesan seseorang dalam kehidupan baik dalam hubungan formal maupun informal.²⁰

Pesan verbal identik dengan bahasa, asumsi ini tidak sengaja mendukung ide bahwa bahasa adalah suatu struktur, tetapi juga menegaskan adanya pandangan umum bahwa antara bahasa dan realitas adalah terpisah atau tidak memiliki hubungan. Saussure kemudian melihat bahasa sebagai suatu sistem terstruktur yang mewakili realitas. Ia percaya bahwa peneliti bahasa harus memberikan perhatian pada bentuk-bentuk bahasa seperti bunyi ucapan, kata-kata, dan tata bahasa. Walaupun struktur bahasa bersifat acak namun penggunaan bahasa tidak sama sekali bersifat acak karena bahasa membutuhkan kesepakatan yang mapan (*established convention*).

²⁰Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2017), h.82

Anda tidak dapat memilih atau menggunakan kata-kata atau tata bahasa secara sembarangan. Menurutnya bahasa adalah suatu sistem formal yang dapat dianalisis secara terpisah dari penggunaan bahasa sehari-hari.²¹

2.2.2.2 Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah semua ekspresi eksternal menyampaikan informasi tanpa menggunakan kata-kata terucap atau tertulis (*spoken and written word*), termasuk gerak tubuh, karakteristik penampilan, karakteristik suara, dan penggunaan ruang dan jarak. Komunikasi nonverbal itu sangat penting, sebab apa yang sering kita lakukan jauh lebih komunikatif dari apa yang kita katakan. Penelitian Albert Mehrabian menunjukkan bahwa saat kebingungan tentang bagaimana perasaan kita terhadap orang lain, pesan verbal hanya menyumbang 7%, suara 38%, dan ekspresi wajah 55%.²²

Pesan nonverbal identik dengan kinesik (bahasa tubuh). Birdwhistel membuat daftar tujuh asumsi yang menjadi dasar teorinya mengenai bahasa tubuh:²³

- 2.2.2.2.1 Setiap gerakan tubuh memiliki potensi makna dalam konteks komunikasi. Orang selalu dapat memberikan makna terhadap setiap aktivitas tubuh. Salah satu contohnya yaitu, ketika seseorang mengangguk menandakan setuju akan suatu hal, sedangkan ketika menggelengkan kepala berarti dia tidak setuju. Jadi, itu lah yang dinamakan bahasa tubuh.

²¹Morrisan, *Teori Komunikasi*. (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013), h. 139-140

²²Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 94

²³Morrisan, *Teori Komunikasi*, h. 144

- 2.2.2.2.2 Perilaku dapat dianalisis karena perilaku terorganisasi, dan organisasi perilaku ini dapat dianalisis secara sistematis.
- 2.2.2.2.3 Walaupun aktivitas tubuh memiliki keterbatasan biologis, namun penggunaan gerak tubuh dalam interaksi dianggap sebagai bagian dari sistem sosial.
- 2.2.2.2.4 Cara-cara gerak tubuh yang berfungsi dalam komunikasi dapat dipelajari. Kemampuan memainkan gerak tubuh dapat menjadi komunikasi antara pembicara dan pendengar, dan sangat membantu untuk orang-orang yang mengalami tuna netra.
- 2.2.2.2.5 Makna yang ditemukan dalam riset bahasa tubuh diperoleh melalui studi perilaku dan juga metode riset yang digunakan.
- 2.2.2.2.6 Gerak tubuh seseorang memiliki keunikan namun ia tetap menjadi bagian dari sistem sosial yang lebih besar yang diterima bersama. Tentunya, jika seseorang tidak bisa menyampaikan suatu pesan secara verbal kepada orang lain, mereka mampu memanfaatkan bahasa non-verbalnya.

2.2.3 Teori Media

Media yang dimaksud di sini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi pancaindra dianggap sebagai media komunikasi.²⁴

²⁴Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h.25

Media adalah semua alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan.²⁵ Saat ini, saluran media dicirikan dengan banyaknya pilihan yang membingungkan. Terdapat ratusan saluran televisi, internet, serta *new media* yang memberi peluang kepada masyarakat menyesuaikan dengan kebutuhan, merancang sesuai selera, dan mengkreasi isi media. Dengan demikian penggunaan saluran meski terencana agar dapat menjangkau seluruh masyarakat yang membutuhkan informasi.

McLuhan mengungkapkan bahwa *the medium is the message*, alat yang kita pakai untuk menyampaikan pesan adalah makna pesan itu sendiri. Artinya, sampainya pesan ke sasaran dipengaruhi oleh medium yang digunakan. Media yang digunakan untuk menyampaikan pesan memiliki kekuatan dan pengaruh kepada masyarakat, bukan semata-mata isi pesannya. Letak efektifitas komunikasi juga sangat ditentukan oleh pemilihan media untuk mengantarkan pesan pada penerima atau *decoder*. Makna yang dilekatkan pada isi pesan sangat dipengaruhi pula oleh medium yang membawa pesan tersebut.

Sistem komunikasi yang semakin rumit dan kompleks saat ini menjadikan peran media menjadi penting dan benar dibutuhkan oleh khalayak. Perkembangan teknologi modern membuat komunikasi mudah dilaksanakan, sekalipun terdapat hambatan geografis. Goran Hedebro dalam Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki mengungkapkan kegunaan media komunikasi menjadi dua belas fungsi.²⁶

2.2.3.1 Menciptakan iklim perubahan dengan memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku ke arah modernisasi. Maka dari itu media

²⁵Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h.49

²⁶Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (cetakan I. Yogyakarta: Deepublish, 2017), h.50

komunikasi menjadi sarana penyampaian pesan yang memiliki pengaruh besar bagi masyarakat.

- 2.2.3.2 Mengajarkan keterampilan-keterampilan baru kepada masyarakat. Media menjadi akses masyarakat untuk mengetahui hal baru yang tidak diketahui sebelumnya menjadi tahu.
- 2.2.3.3 Berperan sebagai pelipat ganda (*multiplier effect*) ilmu pengetahuan dengan penyebarluasan melalui media komunikasi. Berkat media penyebaran informasi menjadi lebih mudah.
- 2.2.3.4 Menciptakan efisiensi tenaga dan biaya terhadap mobilitas seseorang melalui informasi yang mereka terima dari media tanpa perlu mengunjungi tempat-tempat yang diinformasikan.
- 2.2.3.5 Meningkatkan aspirasi seseorang dengan informasi yang dibaca, didengar dan dilihat. Media menjadikan seseorang mengetahui banyak informasi dari luar dan di dalam lingkungannya.
- 2.2.3.6 Menumbuhkan partisipasi dalam pengambilan keputusan terhadap hal-hal yang menyangkut kepentingan orang banyak. Media meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap masyarakat yang lain.
- 2.2.3.7 Membantu masyarakat dalam menemukan nilai-nilai baru dan keharmonisan dari suatu sistem tertentu.
- 2.2.3.8 Mempertinggi rasa kebangsaan melalui penyajian informasi yang menggugah rasa peduli pada nasib bangsa dan Negara.
- 2.2.3.9 Meningkatkan aktivitas politik seseorang untuk ikut mengambil bagian dalam penentuan kebijakan publik.

- 2.2.3.10** Mengubah struktur kekuasaan dalam suatu masyarakat melalui penyatuan sikap untuk menumbangkan tirani.
- 2.2.3.11** Menjadi sarana pembelajaran melalui pertukaran ide dan pengalaman para anggota masyarakat tanpa mengenal tempat dan jarak
- 2.2.3.12** Mendukung pelaksanaan program-program pembangunan di bidang ekonomi, sosial serta keamanan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

2.3 Tinjauan Konseptual

2.3.1 Strategi Komunikasi

Kata Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Artinya, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni “Tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya.”²⁷ Dapat diartikan bahwa strategi merupakan perencanaan yang telah disusun dan disepakati sebelumnya untuk mencapai sasaran atau tujuan bersama.

Begitu juga dengan strategi komunikasi, bagaimana kita mampu menunjukkan operasionalnya secara praktis hingga mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tentu saja, ketika ingin mencapai suatu hal yang diinginkan perlu melewati yang namanya

²⁷Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2009), h.61

proses. Proses komunikasi antara komunikator dan komunikan juga dilakukan dengan baik oleh idola setiap umat muslim yaitu Nabi Muhammad saw., di balik kesuksesan Sang Nabi, baik sebagai pribadi maupun dalam menjalankan kepemimpinannya itu, tidak terlepas dari proses komunikasi yang setidaknya meliputi unsur:²⁸

2.3.1.1 Pembentukan diri sebagai komunikator yang kredibel dan kompeten.

Muhammad Saw., digelari kaumnya dengan sebutan “*Al-Amien*” sebelum beliau diangkat sebagai nabi dan rasul. Kebiasaannya yang selalu jujur, baik dalam ucapan maupun tindakan, membuat beliau digelari “*Al-Amien.*” Beliau membangun karakter ini jauh sebelum dirinya berkiprah di tengah-tengah kaumnya dalam membawa misi dan visi Islam untuk dikomunikasikan kepada mereka dan seluruh manusia.

Berkat pengajaran dari Allah Swt., melalui wahyu-wahyu yang diterimanya, Sang Nabi Saw., menjadi sosok komunikator yang kian dapat dipercaya dan berkemampuan dalam banyak hal: agama, Tuhan, ibadah, hubungan antara manusia dengan Tuhan, dan berbicara tentang berbagai persoalan terkait hubungan antar-sesama manusia, baik di bidang keluarga, ekonomi, sosial, politik, militer, dan hukum. Dalam suatu kalimat singkat, padat, dan sarat pemahaman filosofis mengenai pribadi dan peran kepemimpinan Nabi.

2.3.1.2 Memiliki niat (komunikasi) yang baik.

Niat komunikasi yang baik potensi kebaikan selalu menyertai proses komunikasi beliau terlepas dari terwujud-tidaknya respons yang diharapkan pada diri sasaran bicaranya (komunikan). Rasulullah saw., bersabda,

²⁸M. Najmi Fathoni, *Strategi Komunikasi Model Sang Nabi*. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017), h. xix-xv

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّةِ وَلِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى

Terjemahan: “Sesungguhnya sempurnanya suatu pekerjaan itu tergantung niatnya. Dan setiap orang akan mendapatkan sesuai apa yang diniatkan...” (HR. Bukhari dan Muslim)²⁹

2.3.1.3 Penyampaian pesan-pesan verbalnya dilakukan dengan baik dan selaras dengan pesan-pesan nonverbal (sikap dan perilaku).

Strategi penyampaian pesan yang ditempuh Sang Nabi dilakukan dengan berbagai cara/metode, baik ketika penyampaian pesannya secara verbal (lisan dan tertulis/surat) maupun secara nonverbal. Strategi pesan secara verbal setidaknya meliputi pemilihan kata-kata (diksi) yang sesuai dengan konteks isi pesan, volume suara yang tepat, paralinguistik yang baik (intonasi suara, jeda dalam penyampaian kata demi katanya), teknik analogi dan ilustrasi yang benar dan lain-lain.

2.3.1.4 Memperhatikan sasaran pendengar (komunikan).

Sasaran pendengar (komunikan) bersifat heterogen. Mereka berbeda usia, tingkat pengetahuan, kecerdasan, budaya dan karakteristik lainnya.³⁰ Mengingat adanya heterogenitas tersebut maka proses penyampaian pesan-pesannya menyesuaikan dengan diri komunikan agar mereka dapat menerima, memahami dan diharapkan mengikutinya.

Berdasarkan pemahaman terhadap hadis ini maka mengidentifikasi karakteristik komunikan perlu dilakukan sebelum suatu pesan disampaikan kepadanya. Tujuannya sebagai upaya agar pesan dapat diterima dan dipahami dengan baik sesuai kemampuan dan pengetahuan mereka.

²⁹Al Hafidh dan Masrap Suhaemi, *Tarjamah Riadhus Shalihin* (Surabaya: Mahkota, 1986), h.6

³⁰M. Najmi Fathoni, *Strategi Komunikasi Model Sang Nabi*. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017), h.xix

2.3.1.5 Respons yang diharapkan

Keberhasilan penyampaian pesan dari komunikator dapat dilihat dari respons yang ditunjukkan oleh komunikannya. Apabila responnya seperti yang diharapkan oleh komunikator maka proses komunikasi ini berhasil. Sebaliknya, apabila respons yang muncul pada diri komunikan tidak seperti yang diharapkan komunikator atau malah menentangnya, maka proses komunikasi yang ditempuh komunikator belum berhasil atau mungkin saja dianggap gagal.

Mengingat proses komunikasi bisa berlangsung secara berulang-ulang dan dapat ditujukan kepada komunikan yang sama, maka respons komunikan yang semula menolak bahkan menentang dapat berubah menjadi menerima dan mengikuti keinginan komunikator. Nasihatnya, jangan berputus-asa dalam menyampaikan kebaikan.

2.3.1.6 Berserah diri kepada Allah (Tawakal)

Sebaik apa pun kredibilitas dan kompetensi komunikator, sekuat apa pun strategi dan proses penyampaian pesan dilakukan, sejiwa bagaimana pun dalam memahami diri komunikan, dan sesering apa pun pesan-pesannya disampaikan, tidak menjamin bahwa respons yang diharapkan komunikator dapat terwujud pada sikap dan perilaku komunikannya.³¹

Memang, setiap komunikator tidak memiliki kekuasaan untuk menentukan respons yang diharapkan pada diri lawan bicaranya (komunikan), maka bertawakal kepada pertolongan Allah merupakan cara terbaik setelah proses komunikasi ditempuh dengan baik. Tawakal bukanlah sikap pasrah tanpa ikhtiar fisik dan

³¹M. Najmi Fathoni, *Strategi Komunikasi Model Sang Nabi*. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017), h.xxi

melakukan upaya yang baik, melainkan berserah diri kepada Allah setelah ikhtiar dan upaya dilakukan.

2.3.2 Zakat

2.3.2.1 Pengertian Zakat

Zakat adalah hak yang berupa harta (tertentu) yang wajib ditunaikan untuk diberikan kepada kelompok tertentu dan dalam waktu tertentu pula.³² Oleh karena itu, sebagai umat Islam, hendaknya harta yang dimiliki dikeluarkan apabila telah memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan oleh agama dan disalurkan kepada orang-orang yang telah ditentukan pula.

Zakat berasal dari kata tazkiyah yang mengandung arti kesuburan, kesucian dan keberkatan, sedangkan menurut pengertian syara' adalah mengeluarkan sebagian dari hartanya yang dimiliki menurut ketentuan syara'.³³ Artinya, ketika mengeluarkan sebagian harta yang kita miliki untuk diberikan kepada orang-orang yang berhak menerima zakat, maka kita telah menyuburkan harta kita serta membuka jalan rezeki kita. Berzakat membuat hidup semakin berkah, harta semakin bertambah dan rahmat Allah senantiasa berlimpah.

Zakat adalah suatu ibadah yang lebih menjurus kepada aspek sosial, untuk mengatur kehidupan manusia dalam hubungannya dengan Allah, dan dalam hubungannya dengan sesama manusia. Kalau shalat lebih menjurus kepada pembinaan kepribadian yang mulia, maka zakat lebih menjurus kepada pembinaan kesejahteraan masyarakat.³⁴ Sesungguhnya zakat itu memberikan pengaruh positif

³²Gus Arifin, *Dalil-Dalil dan Keutamaan Zakat, Infaq, Sedekah* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011), h.6

³³Moh. Saifullah Al Aziz S, *Fiqih Islam Lengkap* (Surabaya: Terbit Terang, 2005), h.269

³⁴Muhammadiyah Ja'far, *Tuntutan Ibadat Zakat Puasa dan Haji* (Malang: Kalam Mulia, 1985), h.3

terhadap diri kita, selain membersihkan diri dari kekikiran dan cinta yang berlebihan terhadap harta, zakat juga mengajak kita untuk senantiasa menjalin hubungan dengan sesama manusia sebagai wujud dari makhluk sosial.

Orang yang mengeluarkan sebagian dari hartanya untuk zakat akan dapat menambah kesuburan hartanya dan memperoleh pula keberkahan dan rahmat dari Allah, serta mendapat kesucian diri dari hartanya. Seseorang yang memiliki kadar harta tertentu, kemudian ia mengambil atau mengeluarkan sebagian kecil dari hartanya itu untuk dibagi-bagikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya, maka orang tersebut telah menunaikan zakatnya.

Allah berfirman dalam Q.S At-Taubah ayat 60 sebagai berikut,

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ وَفِي الرِّقَابِ
وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴿٦٠﴾

Terjemahan: Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang miskin, amil zakat, yang dilunakkan hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui, Maha Bijaksana.³⁵

Ada delapan golongan yang berhak menerima zakat yaitu:

- a) Fakir: orang fakir adalah orang yang tidak memiliki harta untuk menunjang kehidupan dasarnya. Kefakiran orang tersebut disebabkan tidak bisa

³⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Terbit Terang, 2002), h.264

mencari nafkah karena fisiknya tidak mampu, seperti orang tua jompo dan cacat badan.

- b) Miskin: orang yang tidak memiliki harta untuk kehidupan dasarnya, namun ia mampu berusaha mencari nafkah, hanya penghasilannya tidak mencukupi bagi kehidupan dasarnya untuk kehidupannya sendiri atau keluarganya.
- c) Amil: orang yang ditunjuk oleh penguasa yang sah untuk mengurus zakat, baik mengumpulkan, memelihara, membagi dan mendayagukannya serta petugas lain yang ada hubungannya dengan pengurusan zakat.
- d) *Mu'allaf*: berarti orang-orang yang dijinakkan hatinya untuk tetap berada dalam Islam, yang dimaksud di sini adalah orang-orang yang baru masuk Islam dan memerlukan masa pematapan dalam agama barunya dan untuk itu memerlukan dana.

Muhammad Rasyid Ridha dalam tafsirnya secara panjang lebar menguraikan orang-orang yang termasuk dalam arti muallaf menjadi 6 (enam), yang empat diantaranya beragama Islam sedangkan dua diantaranya bukan muslim sebagai berikut:

- 1) Pemuka-pemuka muslim yang terpandang di kalangan non muslim yang diperkirakan dapat mengajak mereka ke dalam Islam dengan wibawa yang ada padanya. Dana zakat yang diberikan dapat digunakan untuk penyiaran agama.
- 2) Pemuka muslim yang masih lemah imannya; sedangkan mereka berpengaruh di kalangan pengikutnya. Dari pemberian zakat itu diharapkan hati mereka menjadi mantap dalam Islam.³⁶

³⁶Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fiah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), h.48-

- 3) Kelompok muslim yang diam di perbentengan dan perbatasan negeri non muslim dan kedudukan mereka dapat melindungi orang-orang Islam dari gangguan musuh.
 - 4) Kelompok muslim yang besar pengaruhnya terhadap pengumpulan zakat dan disegani oleh pihak-pihak yang diperkirakan ingkar membayar zakat. Menjinakkan hati mereka dengan dana zakat, halangan dan ancaman terhadap zakat dapat dihindari.
 - 5) Kelompok non muslim yang lemah hatinya yang dengan bantuan zakat itu terbuka hatinya dan timbul kecenderungannya untuk masuk Islam.
 - 6) Kelompok non muslim yang dikhawatirkan berbuat buruk terhadap orang Islam dan dengan pemberian zakat itu dapat dicegah keburukannya; atau orang-orang yang dapat berhenti dari mengganggu orang Islam dalam menjalankan agamanya.
- e) *Riqab*: berarti perbudakan, maksudnya adalah untuk kepentingan memerdekakan budak; baik dengan membeli budak-budak untuk kemudian dimerdekakan, atau memberi dana kepentingan menebus dirinya dari perbudakan.
- f) *Gharim*: orang yang dililit oleh utang dan tidak dapat melepaskan dirinya dari jeratan utang itu kecuali dengan bantuan dari luar.
- g) *Sabilillah*: secara bahasa berarti jalan Allah. Bila dihubungkan dengan lafadz *fi* yang dahulunya mengandung arti untuk keperluan menegakkan agama Allah.

h) *Ibn sabil*: secara arti kata Ibn Sabil mengandung arti anak jalanan. Maksudnya di sini adalah orang-orang yang berada dalam perjalanan bukan untuk tujuan maksiat, yang kehabisan biaya dalam perjalanannya dan tidak mampu meneruskan perjalanannya kecuali dengan bantuan dari luar.³⁷

Bagi orang Islam yang memiliki harta yang ukurannya telah memenuhi syarat zakat, maka hukumnya wajib mengeluarkan sebagian hartanya untuk zakat. Selain menjalankan rukun Islam dalam hal ini menunaikan zakat, kita juga mengaplikasikan bentuk simpati dan empati dalam kehidupan sosial.

Kewajiban zakat ini ditegaskan oleh Allah seperti firman-Nya dalam QS. An-Nur Ayat 56, sebagai berikut:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴿٥٦﴾

Terjemahan: “Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat, dan taatlah kepada Rasul, supaya kamu diberi *rahmat*”³⁸

2.3.2.2 Macam-macam zakat

Secara garis besar, zakat itu ada dua macam, yaitu:

2.3.2.2.1 Zakat Mal (zakat harta), yaitu zakat tumbuh-tumbuhan, (biji-bijian dan buah-buahan), zakat binatang ternak, zakat emas dan perak (perhiasan) dan zakat perniagaan.

³⁷Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fiah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), h.50-51

³⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Terbit Terang, 2002), h.499

2.3.2.2 Zakat fitrah (zakat jiwa), yaitu zakat yang dikeluarkan berdasarkan jumlah jiwa atau anggota keluarga.

2.3.2.3 Tujuan Zakat

Tujuan zakat antara lain:

- 2.3.2.3.1 Membantu, mengurangi dan mengangkat kaum fakir miskin dari kesulitan hidup dan penderitaan mereka.
- 2.3.2.3.2 Menghindarkan penumpukan kekayaan perseorangan yang dikumpulkan di atas penderitaan orang lain. Bertujuan untuk mencapai keadilan sosial ekonomi agar yang kaya tidak semakin kaya, dan yang miskin tidak semakin miskin.
- 2.3.2.3.3 Membina dan merentangkan tali solidaritas sesama umat manusia, sehingga masyarakat yang memiliki harta berlebih dengan senang hati berbagi kepada masyarakat yang kurang mampu.
- 2.3.2.3.4 Mendidik manusia untuk berdisiplin menunaikan kewajiban dan menyerahkan hak orang lain yang ada padanya.³⁹

2.3.3 Lazismu Parepare

Lazismu adalah lembaga zakat infaq sedekah tingkat nasional yang berkhidmat dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan secara produktif dana infaq, wakaf terlebih dana zakat yang didirikan oleh Pimpinan Pusat Muhammadiyah pada tahun 2002.⁴⁰

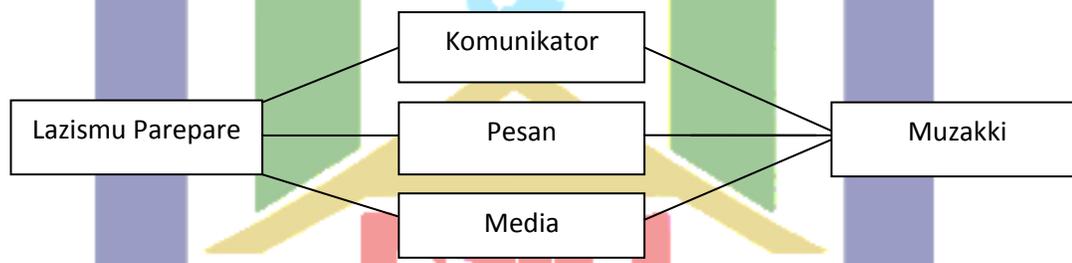
³⁹Syukri Ghozali, *Pedoman Zakat 9 Seri* (Jakarta: Proyek Pembinaan Zakat dan Wakaf, 1985/1986), h.183

⁴⁰Lazismu Parepare, *Berbagi Untuk Sesama*. www.lazismu.org (diakses pada tanggal 17 Desember 2017)

Lazismu Parepare berkomitmen menjadi lembaga zakat terpercaya melalui: 1) optimalisasi kualitas pengelolaan ZIS yang amanah, profesional dan transparan; 2) optimalisasi pendayagunaan ZIS yang kreatif, inovatif dan produktif.

2.4 Kerangka Pikir

Dalam Penelitian yang akan dilakukan, penulis memfokuskan penelitian pada strategi Lazismu dalam meningkatkan partisipasi umat berzakat. Dalam menarik minat orang yang membayar zakat (muzakki) tentunya Lazismu memiliki strategi agar tercapainya suatu tujuan. Sehingga membuat masyarakat lain yang belum berkontribusi dapat berminat juga menyalurkan zakatnya di Lazismu Parepare. Dapat digambarkan dalam sebuah kerangka pikir, sebagai berikut:



Gambar: 2.1 Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu, yang mempunyai langkah-langkah sistematis. Sedangkan metodologi adalah pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan suatu metode. Jadi, metodologi penelitian ialah suatu pengkajian dalam mempelajari suatu peraturan-peraturan yang terdapat dalam penelitian. Penulis berusaha membuat penelitian ini secara sistematis dan terperinci, dan berpedoman pada pedoman penulisan karya ilmiah skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare tahun 2013, serta hasilnya akan dilaporkan sesuai dengan apa yang diperoleh.

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini bermaksud mendeskripsikan tentang strategi komunikasi Lazismu dalam meningkatkan partisipasi umat berzakat di kota Parepare. Pada penyusunan proposal ini penulis menggunakan penelitian kualitatif yaitu jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai melalui prosedur-prosedur statistik maupun dengan cara yang lain.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena secara detail dan terperinci melalui pengumpulan data yang akurat. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian di Kantor Layanan Parepare Lazismu jalan Jend. Ahmad Yani No. 30 depan PDAM km 2, sedangkan waktu penelitian dua bulan.

3.3 Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada strategi Lazismu dalam meningkatkan partisipasi umat berzakat di kota Parepare yang m²⁹ kiat-kiat dalam berkomunikasi, komunikator, pesan apa yang disampaikan serta media apa yang digunakan.

3.4 Jenis dan Sumber Data yang digunakan (Primer dan Sekunder)

3.4.1 Data Primer

Jenis data dalam penelitian ini berupa data primer (utama) merupakan data yang diperoleh dari informan. Dalam penelitian yang akan dilakukan ini penulis mengambil data dari wawancara yang dilakukan pada pihak Lazismu dan wawancara kepada orang yang mendonaturkan zakatnya (muzakki).

3.4.2 Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh melalui data yang telah diteliti dan dikumpulkan oleh pihak-pihak lain, yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Data sekunder adalah bukti teoritik yang diperoleh melalui beberapa pustaka yang memiliki relevansi dan bisa menunjang penelitian ini, dapat berupa, buku, koran, majalah, internet serta sumber data lain yang dapat dijadikan sebagai data pelengkap.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Teknik Wawancara

Teknik wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data yang berupa pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide dengan Tanya jawab secara lisan sehingga dapat dibangun makna dalam suatu topik tertentu dan memiliki tujuan tertentu.

Penelitian ini, penulis menggunakan teknik wawancara semistruktur, yaitu wawancara dilakukan secara bebas, namun tetap terarah dengan tetap berada pada jalur pokok permasalahan yang akan ditanyakan dan telah dipersiapkan terlebih dahulu. Agar komunikasi antara pewawancara dan narasumber dapat terjalin lebih santai sehingga memperoleh informasi yang diinginkan lebih mudah. Wawancara dilakukan bersama pihak dari Lazismu itu sendiri sebagai tempat pengumpul zakat serta wawancara dengan orang yang mendonaturkan zakatnya di Lazismu.

3.5.2 Teknik Observasi

Teknik observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan. Dalam penelitian yang akan dilaksanakan sebelum melakukan proposal penelitian, untuk melihat dan memahami fenomena sosial yang ada, selain itu observasi dibutuhkan untuk dapat memahami proses terjadinya wawancara dan hasil wawancara dapat dipahami dalam konteksnya.

Observasi yang akan dilakukan adalah observasi terhadap subjek sebelum wawancara. Melihat dari aktivitas keseharian Lazismu, cara berbicara orang-orang yang bekerja di Lazismu Parepare.

Melihat beberapa Amil Zakat Lazismu sangat ramah menyambut tamu yang berkunjung, dari sikap itu dapat dinilai bahwa Lazismu Parepare mampu menarik minat muzakki menyalurkan zakatnya ke lembaga tersebut, salah satunya bersikap santun dengan ekspresi meyakinkan.

3.6 Instrument Pengambilan

3.6.1 Alat Perekam Data

Alat perekam sebagai alat bantu mempermudah penulis untuk mengingat hasil wawancara dan tidak perlu berhenti melanjutkan wawancara akibat harus menulis pernyataan informan terlebih dahulu. Alat perekam digunakan saat proses wawancara sedang berlangsung.

3.6.2 Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara seperti, membuat catatan pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber, terdiri dari 5W+1H (*who, what, where, when, why* dan *how*) digunakan agar wawancara yang dilakukan tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Dengan mencatat pokok-pokok pertanyaan tersebut, agar wawancara semistruktur yang berjalan tidak keluar dari pokok permasalahan yang ingin diteliti, selanjutnya pertanyaan mengikuti situasi dan kondisi untuk memberikan kesan yang tidak monoton dan kaku saat wawancara berlangsung.

3.6.3 Dokumentasi

Dokumen dapat dipahami sebagai setiap catatan tertulis yang berhubungan dengan suatu peristiwa masa lalu, baik yang dipersiapkan maupun tidak dipersiapkan untuk penelitian. Sedangkan dokumentasi sendiri ialah teknik pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan catatan-catatan penting yang berkaitan dengan penelitian, berupa dokumen mengenai Lazismu yang menjadi fokus penelitian, selain itu dalam penelitian ini juga penulis mengumpulkan data berupa dokumentasi foto-foto saat wawancara dilaksanakan dan kondisi fokus penelitian yaitu Lazismu Parepare.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam sebuah penelitian sangat dibutuhkan, bahkan merupakan bagian sangat menentukan dari beberapa langkah penelitian sebelumnya. Dalam penelitian kualitatif, analisis data harus seiring dengan pengumpulan fakta-fakta di lapangan. Dengan demikian, analisis data dapat dilakukan sepanjang proses penelitian. Sebagian besar data yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan ini bersifat kualitatif, sehingga dalam mengolah data menggunakan teknik analisis kualitatif sebagai berikut:

3.7.1 Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting. Reduksi digunakan untuk menyederhanakan data yang telah diperoleh, dengan kata lain memilih data-data yang telah dikumpulkan yang tepat digunakan untuk memudahkan dalam menyimpulkan penelitian.

3.7.2 Data Display

Penyajian data yang telah diperoleh dari lapangan terkait dengan seluruh permasalahan penelitian, dipilah antara mana yang dibutuhkan dengan yang tidak, lalu dikelompokkan, kemudian diberikan batasan masalah. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi.

3.7.3 Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dan verifikasi, setiap kesimpulan awal akan dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Oleh karena itu untuk menarik kesimpulan dari seluruh data yang telah direduksi maupun yang belum.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Penerimaan dan Pengelolaan Zakat Lazismu

4.1.1 Profil Lazismu Parepare

Lazismu adalah lembaga zakat tingkat nasional yang berkhidmat dalam pemberdayaan masyarakat melalui pendayagunaan secara produktif dana zakat, infaq, wakaf dan dana kedermawanan lainnya baik dari perseorangan, lembaga, perusahaan dan instansi lainnya. Didirikan oleh PP. Muhammadiyah pada tahun 2002, selanjutnya dikukuhkan oleh Menteri Agama Republik Indonesia sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional melalui SK No. 457/21 November 2002. Dengan telah berlakunya Undang-undang Zakat nomor 23 tahun 2011, Peraturan Pemerintah nomor 14 tahun 2014, dan Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 333 tahun 2015.

Lazismu sebagai lembaga amil zakat nasional telah dikukuhkan kembali melalui SK Menteri Agama Republik Indonesia nomor 730 tahun 2016. Latar belakang berdirinya Lazismu terdiri atas dua faktor: (1) fakta Indonesia yang berselimut dengan kemiskinan yang masih meluas, kebodohan dan indeks pembangunan manusia yang sangat rendah. Semuanya berakibat dan sekaligus disebabkan tatanan keadilan sosial yang lemah; (2) zakat diyakini mampu bersumbangsih dalam mendorong keadilan sosial, pembangunan manusia dan mampu mengentaskan kemiskinan. Sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi zakat, infaq dan wakaf yang terbilang cukup tinggi. Namun, potensi yang ada belum dapat dikelola dan didayagunakan secara maksimal

sehingga tidak memberi dampak yang signifikan bagi penyelesaian persoalan yang ada.

Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Muhammadiyah (Lazismu) Kota Parepare resmi diluncurkan pada tanggal 30 Juni 2016. Oleh Walikota Parepare. Lazismu Kota Parepare dibentuk dengan tujuan mengoptimalkan potensi pemberdayaan zakat infaq dan shadaqah di Kota Parepare. Menurut data yang dirilis oleh BPS Kota Parepare Jumlah Masyarakat Miskin adalah 8.400 (November 2016) orang atau kurang lebih 12% total penduduk masyarakat Kota Parepare. Hal inilah yang mendorong PD. Muhammadiyah Kota Parepare untuk membentuk Lazismu.

Berdirinya Lazismu di Kota Parepare dimaksudkan sebagai institusi pengelola zakat dengan manajemen modern yang dapat menghantarkan zakat menjadi bagian dari penyelesai masalah (problem solver) sosial masyarakat yang terus berkembang. Dengan budaya kerja amanah, profesional dan transparan, Lazismu berusaha mengembangkan diri menjadi Lembaga Zakat terpercaya. Dan seiring waktu, kepercayaan publik semakin menguat.

❖ Visi dan Misi Lazismu Parepare

Suatu lembaga, harus memiliki visi misi yang jelas untuk mencapai target yang telah diharapkan bersama. Lazismu pun seperti itu, dalam proses merealisasikan harapan menjadi kenyataan maka terlebih dahulu memperhatikan visi dan misi, sebagai berikut:

1. Visi

Menjadi lembaga amil zakat terpercaya

2. Misi

2.1 Optimalisasi pengelolaan ZIS yang amanah, profesional dan transparan

2.2 Optimalisasi pendayagunaan ZIS yang kreatif, inovatif dan produktif

2.3 Optimalisasi pelayanan donatur

❖ Struktur Kelembagaan Lazizmu Parepare

Pada suatu lembaga, tentunya memiliki struktur agar diketahui kejelasan tanggung jawab, kejelasan kedudukan, kejelasan mengenai jalur hubungan serta kejelasan tugas dari setiap orang yang bersangkutan. Ada pun, susunan pengurus Lazizmu sebagai berikut:⁴¹



⁴¹Data diambil dari dokumentasi Lazizmu Parepare melalui Amanda sebagai staf administrasi Kantor Lazizmu (tanggal 09 Mei 2018)

Tabel 1.1 Kantor Layanan Lazismu Parepare

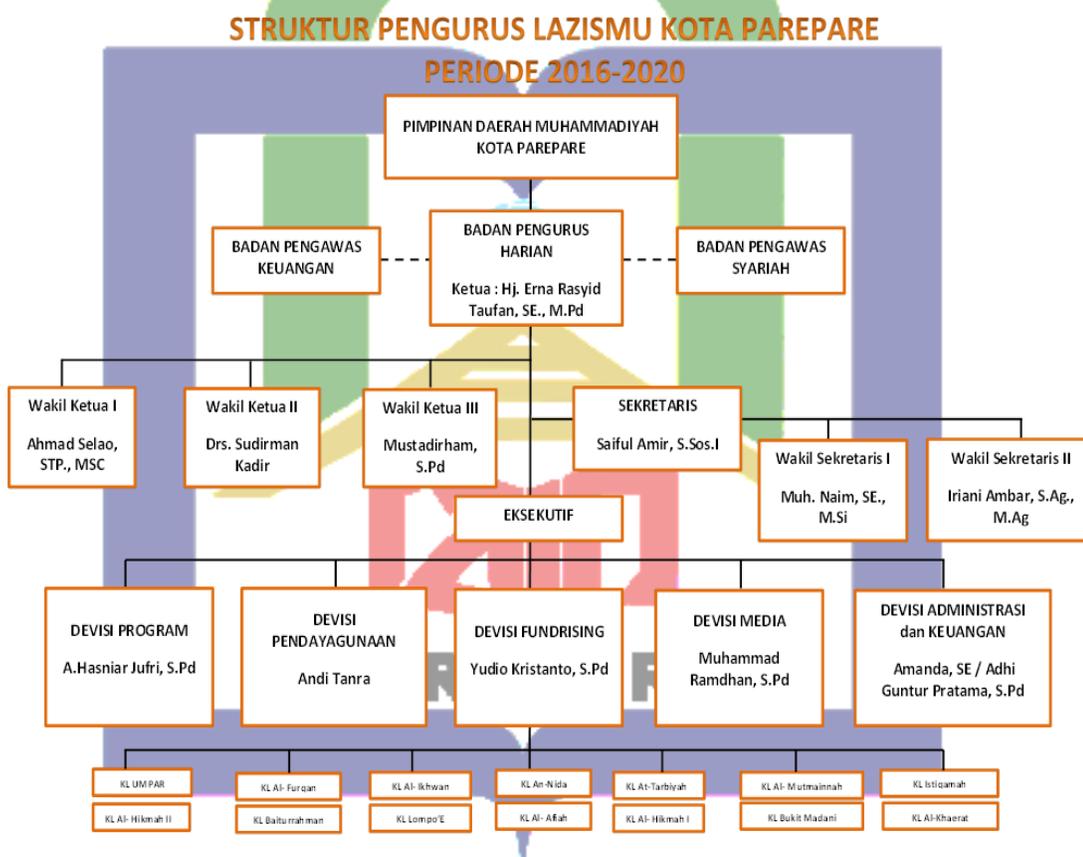
Kantor Layanan Masjid Istiqomah		
1	Abdul Rahman, SE	Koordinator
2	Taslim	Sekretaris
3	Hatta Mansur	Anggota
Kantor Layanan Mesjid An Nida		
1	Awaluddin Jalil	Koordinator
2	Yudio Kristanto	Sekretaris
3	Hj. Madinah	Anggota
4	Rahmawati	Anggota
5	Ambo Upe	Anggota
Kantor Layanan Mesjid Al Furqan		
1	Rusli Itte	Koordinator
2	Ahmad Hidayah, S.Pd	Sekretaris
3	Zulkarnain AG, S.E	Anggota
Kantor Layanan Grand Sulawesi		
1	Hamka Taking, S.Pd	Koordinator
2	Muhammad Hasyim	Sekretaris
Kantor Layanan Mesjid Al Afiah		
1	Herman Made Ali	Koordinator
2	Syamsir	Sekretaris
Kantor Layanan Al Ikhwan		
1	Wardi	Koordinator
2	Immawati	Sekertaris

Kantor Layanan Al Khairat		
1	Darwis Daniel, S.Pd	Koordinator
2	Muslim, S.Pd.I	Sekretaris
3	Rahmatullah Syaripuddin	Anggota
Kantor Layanan Bukit Madani		
1	Azimah Bado, S.Sos.I	Koordinator
2	Muliani Nurdin, S.Pd	Sekretaris
3	Hasni Taufik	Anggota
Kantor Layanan Al Hikma II		
1	Muhammad Jafar, S. Pd.I	Koordinator
2	Faisal Tinulu, S.T	Sekretaris
3	Syarifullah	Anggota
4	Saharullah	Anggota
Kantor Layanan UMPAR		
1	Drs. Najib Laady, M.Pd	Koordinator
2	Asram A.T Jadda, S.H.I., M.HUM	Sekretaris
3	Nurul Amin, SP., M.Si	Anggota
4	Sumadin, S.Pd., M.Pd	Anggota
5	Hasdiana, SE., M.Ak	Anggota
6	Nurhanifah Adri, S.Pd	Anggota
Kantor Layanan Lompoe		
1	H. Baharuddin	Koordinator
2	Hijrahtul Nur Muslim	Sekretaris

3	Muhammad Ali, SE	Anggota
Kantor Layanan Baiturrahman		
1	Anwar Ali	Koordinator
2	Yuyun	Sekretaris
3	Nurhafsa Sasmita	Anggota

Sumber Data: diambil dari dokumentasi Lazismu⁴²

Struktur tersebut dapat dilihat pada bagan di bawah:



Gambar : 2.2 Struktur Pengurus Lazismu⁴³

⁴²Data diambil dari dokumentasi Lazismu Parepare melalui Amanda sebagai staf administrasi Kantor Lazismu (tanggal 09 Mei 2018)

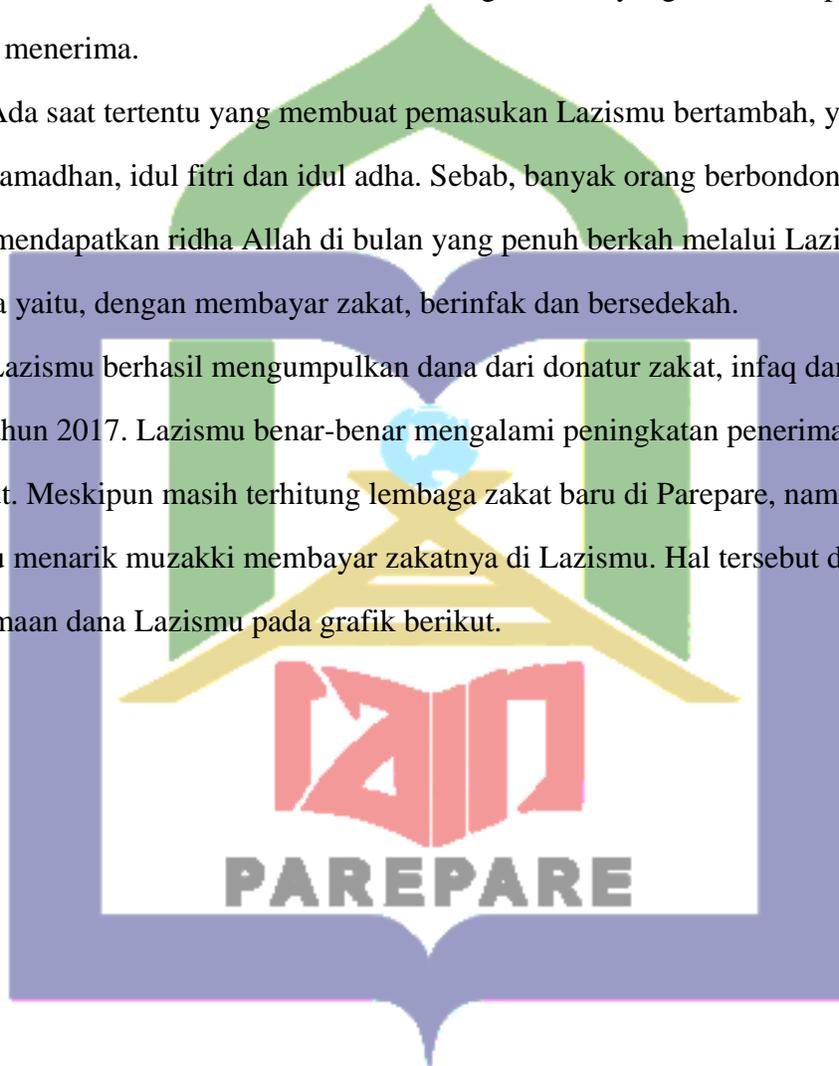
⁴³Data diambil dari dokumentasi Lazismu Parepare melalui Amanda sebagai staf administrasi Kantor Lazismu (tanggal 09 Mei 2018)

4.1.2 Penerimaan Zakat

Lazismu sebagai lembaga pengumpul dana zakat, infaq dan sedekah yang masih terbilang baru terbentuk, namun sudah berhasil menarik minat muzakki atau pun calon donatur untuk memberikan sebahagian harta yang dimiliki kepada yang berhak menerima.

Ada saat tertentu yang membuat pemasukan Lazismu bertambah, yaitu pada bulan ramadhan, idul fitri dan idul adha. Sebab, banyak orang berbondong-bondong untuk mendapatkan ridha Allah di bulan yang penuh berkah melalui Lazismu. Salah satunya yaitu, dengan membayar zakat, berinfaq dan bersedekah.

Lazismu berhasil mengumpulkan dana dari donatur zakat, infaq dan sedekah pada tahun 2017. Lazismu benar-benar mengalami peningkatan penerimaan dana tersebut. Meskipun masih terhitung lembaga zakat baru di Parepare, namun Lazismu mampu menarik muzakki membayar zakatnya di Lazismu. Hal tersebut dapat dilihat penerimaan dana Lazismu pada grafik berikut.



Grafik Pencapaian Lazizmu Kota Parepare



Gambar: 2.3 Grafik Pencapaian Lazizmu⁴⁴

Berdasarkan pada grafik di atas, Lazizmu mengalami peningkatan penerimaan dana pada bulan Juni dan Agustus. Pada bulan Juni ditandai dengan banyaknya donatur membayar zakat fitrah di Lazizmu, dilanjut pada bulan Agustus mengalami peningkatan pesat, sebab pada bulan tersebut lebih banyak donatur memercayakan Lazizmu untuk berkorban pada Idul Adha.

⁴⁴ Data diambil dari dokumentasi Lazizmu Parepare melalui Amanda sebagai staf administrasi Kantor Lazizmu (tanggal 09 Mei 2018)

4.1.3 Pengelolaan Zakat

Tercapainya suatu kesuksesan Lazismu dalam mengumpulkan zakat dari para muzakki, tentunya ada strategi-strategi yang kemudian membantu mewujudkan suatu kepercayaan kepada masyarakat untuk membayar zakat di Lazismu. Namun tidak serta merta hanya strategi saja, perlu ada pendekatan yang dilakukan untuk menerima pemasukan dana zakat dari muzakki. Salah satu pendekatan yang bisa digunakan ialah melihat segmentasi calon muzakki dengan program yang disediakan Lazismu, sebagai berikut:

Segmentasi program berdasarkan minat muzakki, yaitu mencoba mengelompokkan berdasarkan minat muzakki, sehingga bisa lebih mudah dalam mempengaruhi umat untuk berzakat di Lazismu agar tingkat partisipasi zakat umat bisa lebih meningkat.

Pada dasarnya pendayagunaan zakat ada dua macam. *Pertama*, pendayagunaan yang sifatnya konsumtif, yaitu pendayagunaan zakat yang diperuntukkan bagi pemenuhan hajat hidup para mustahik (penerima zakat) delapan asnaf. Penyaluran zakat kepada mereka adalah bersifat bantuan sesaat yang untuk menyelesaikan masalah yang mendesak. *Kedua*, pendayagunaan zakat yang diperuntukkan bagi usaha produktif, apabila kebutuhan mustahik delapan asnaf sudah terpenuhi dan terdapat kelebihan. Penyaluran zakat dalam bentuk ini adalah bersifat bantuan pemberdayaan melalui program atau kegiatan yang berkesinambungan.⁴⁵

⁴⁵Hamid Abidin dan Kurniawati, *Mensejahterakan Umat dengan Zakat*. (Jakarta: Pustaka, 2008), h.9

Lazismu memanfaatkan dana zakat dari donatur, bukan hanya sekadar untuk program atau kegiatan yang bersifat konsumtif. Namun, Lazismu menggunakannya untuk kegiatan yang lebih produktif dan dalam jangka panjang berdasarkan segmentasi minat muzakki.

Adanya segmentasi itu dapat menghimpun zakat umat secara maksimal karena umat Islam dalam mengeluarkan zakat infaq dan sedekahnya memiliki minat yang berbeda-beda sehingga adanya segmentasi ini memberikan daya tarik yang lebih besar. Diantara minat tersebut terbagi dalam beberapa bidang:

a) Bidang Ekonomi

Ditengah-tengah berbagai krisis yang sedang melanda bangsa kita sekarang ini, sudah sepantasnya (bahkan seharusnya) apabila kita melihat secara lebih seksama dan sungguh-sungguh beberapa jalan keluar yang dikemukakan ajaran Islam, yang kita yakini kebenaran dan ketetapannya. Salah satunya dalam hal pengelolaan zakat, infaq dan sedekah secara benar dan bertanggungjawab. Maka dari itu Lazismu mempunyai beberapa program bantuan untuk mustahik yang membutuhkan.

Program pemberdayaan di bidang ekonomi ini melalui kelompok swadaya masyarakat. Kelompok-kelompok yang mendapat perhatian dalam program ini, kelompok petani, peternak, pengrajin, pedagang kecil, tukang ojek dan nelayan.

Lazismu sendiri, ada yang dinamakan BiUEKA (Bina Usaha Ekonomi Keluarga) merupakan program dengan tujuan untuk 1) pemberdayaan masyarakat; 2) diberikan bantuan modal usaha.

Syaiful Amir, sebagai sekertaris Lazismu mengatakan bahwa setiap orang itu, diberi modal sebanyak Rp1.000.000. Modal yang telah diberikan harus dikembalikan tapi metode pengembaliannya tanpa bunga agar mereka terhindar dari riba dan tanpa jangka waktu. Kenapa harus dikembalikan, karena dana

tersebut akan digulir lagi ke kelompok lain atau penerima donatur yang membutuhkan.⁴⁶

Tentunya program BiUEKa ini sangat membantu, menolong orang-orang yang masih kurang mampu dalam kebutuhan ekonominya.

M.Dahlan sebagai salah satu muzakki Lazismu, mengatakan jika kita menolong sesama dalam hal ini berbagi maka Allah akan menambahkan daripada itu. Jangan pernah takut pada kekurangan karena itu janji Allah. Dengan berzakat juga menjadi pelindung diri dan mensucikan diri kita.⁴⁷

Program BiUEKA juga mengajarkan masyarakat menengah ke bawah untuk tetap berusaha. Modal yang diberikan Lazismu kepada penerima dimanfaatkan sebaik mungkin, misalnya digunakan untuk berjualan es cendol, nasi kuning dan lain sebagainya.

b) Bidang Kesehatan

Kesehatan merupakan kondisi sejahteranya badan, jiwa, dan sosial yang memungkinkan setiap orang hidup produktif secara sosial, dan ekonomis. Kesehatan dapat terjaga ketika mampu menghindari penyebabnya, mencegah dan berupaya menanggulangi segala gangguan kesehatan yang memerlukan pemeriksaan, perawatan, dan pengobatan.

Kesehatan adalah hak bagi semua orang, sangat miris ketika kalangan menengah ke bawah yang terpaksa harus bertahan sakit di rumah, dikarenakan kondisi keuangan tidak mencukupi untuk berobat di Rumah Sakit atau Puskesmas. Mereka tersandera kesembuhannya karena tidak memiliki dana untuk pengobatan, sehingga dibutuhkannya kesadaran masyarakat yang memiliki kelebihan dari segi

⁴⁶Wawancara dengan subjek Syaiful Amir pada tanggal 23 April 2018, pukul 14.49 WITA, di Kantor Lazismu

⁴⁷Wawancara dengan subjek M.Dahlan pada tanggal 02 Mei 2018, pukul 07.33 WITA, di SD 45 Parepare

finansial untuk memberikan bantuannya berupa zakat, infaq atau pun sedekahnya dengan ketulusan hati.

Lazismu berpikir bahwa penyaluran zakat yang tepat, juga dapat dilakukan pada bidang kesehatan yang ditujukan buat masyarakat yang kurang mampu karena kesehatan penting bagi setiap manusia.

Ada pun beberapa bantuan Lazismu dalam bidang kesehatan, yakni: 1) bantuan pengobatan; 2) khitan massal; 3) penanggulangan gizi buruk; 4) penanggulangan TBC.

Lazismu telah melaksanakan sunnatan massal secara gratis bekerja sama dengan PLN, memberikan bantuan perawatan kesehatan secara gratis kepada anak yang sudah di khitan, kemudian diberikan paket yang berisi: Al-Qur'an, alat tulis menulis, dana transport dan biaya makan.

Program kesehatan lainnya yang sudah terlaksana, seperti penanggulangan penyakit *TBC*. Lazismu bekerjasama dengan TD Care Aisyah, memberikan bantuan kepada penderita tuberkulosis. Tidak hanya itu, Lazismu telah melakukan bantuan dana berobat kepada masyarakat kurang mampu yang membutuhkan biaya pengobatan penyakit lumpu yang diderita.

c) Bidang Dakwah

Bidang dakwah merupakan wadah yang mengelola seluruh bentuk kegiatan dakwah dan sosial yang bertujuan untuk mengajak dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah sesuai dengan garis akidah, syari'at dan akhlak Islam. Pada bidang dakwah ini, Lazismu memberikan bantuan kepada muallaf sebagai bentuk penghargaan karena berhasil meyakinkan diri sendiri untuk meraih Ridha

Allah semata. Melalui bantuan zakat serta bimbingan juga dukungan yang diberikan akan membantu mereka untuk tetap berada di jalan-Nya.

“Pemberian bantuan pertama kali kepada muallaf itu waktu launching Lazismu, ada sekitar 20-an muallaf mendapatkan paket dari Lazismu. Jadi, muallaf itu kan memang disebutkan dalam Al-Qur’an surah At-Taubah ayat 60 ya, yang artinya orang yang berhak mendapatkan zakat itu adalah muallaf atau orang yang masuk Islam lalu kita berikan zakat sebagai bentuk apresiasi kepada mereka. Ini dilakukan sebagai pembinaan bagi mereka karena sebenarnya banyak muallaf masuk Islam tapi mereka tidak terbina, pengetahuan dan pemahaman keislamannya ya begitu-begitu saja. Nah kita Lazismu memberikan zakat dan pembinaan itu tidak hanya sekedar memberikan tapi juga mendampingi dalam pembinaan keagamaannya.”⁴⁸

Berdasarkan wawancara tersebut, dapat dipahami bahwa Lazismu melakukan program bantuan zakat kepada muallaf bertujuan agar mereka mendapat binaan serta kajian mendalam tentang Islam. Untuk membuat para muallaf tetap percaya bahwa Islam itu indah, Lazismu melakukan pendekatan yang baik, tutur kata yang santun serta berkata lembut supaya mereka merasakan kenyamanan dan ketentraman batin.

Namun, pemberian zakat kepada muallaf bukan berarti Islam menyogok atau menggunakan uang atau sejenisnyanya untuk praktek Islamisasi, untuk merayu agama lain dengan cara licik. Tidak, karena Islam selalu memberikan kebebasan dan hak kepada setiap insan, begitu pun dengan muallaf, mereka berhak memilih serta memeluk agama samawi ini. Seperti dalam Q.S Al-Baqarah ayat 256 sebagai berikut,

لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّاغُوتِ وَيُؤْمِنْ بِاللَّهِ فَقَدْ
 اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَىٰ لَا انْفِصَامَ لَهَا وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿٢٥٦﴾

Terjemahan: “Tak ada paksaan dalam memeluk agama Islam. Sungguh telah jelas antara kebenaran dan kesesatan. Barangsiapa ingkar kepada Tagut dan beriman

⁴⁸Wawancara dengan subjek Syaiful Amir pada tanggal 30 April 2018, pukul 11.27 WITA, di Kantor Lazismu

kepada Allah, maka sungguh, dia telah berpegang teguh pada tali yang sangat kuat yang tidak akan putus. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.”⁴⁹

Lazismu juga membentuk program pelatihan kader da'i dengan tujuan untuk melahirkan kader-kader da'i yang akan ditugaskan dalam proses berdakwah, menyiarkan, menyeru dan mengajak orang lain untuk beriman, berdoa atau untuk berkehidupan Islam, salah satunya dengan mengajak umat menolong sesama dalam hal ini berzakat, infaq dan sedekah dari sebagian harta yang dimiliki. Proses berdakwah memerlukan komunikasi yang baik agar masyarakat mudah menerima apa yang disampaikan.

Everett M. Rogers membuat definisi bahwa komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.⁵⁰

Adanya pengkaderan da'i yang dilaksanakan Lazismu maka akan sangat membantu dalam penyebaran informasi yang bermanfaat bagi setiap umat Islam tentang pentingnya menunaikan zakat. Sehubungan dengan itu, memudahkan juga muzakki untuk membayar zakat, karena di Lazismu melakukan sistem pembayaran zakat bisa melalui rekening, bahkan bisa juga penjemputan zakatnya secara langsung.

“Prosedurnya itu diberikan kemudahan, bisa lewat Bank, bisa juga dijemput. Kalau di sekolah kami, biasa menggunakan kedua-duanya, kadang kalau bermasalah sistem di Bank, ya bisa langsung dijemput dana zakatnya sekalian mengambil dana infaq dalam satu minggu itu, kan ada itu programnya Lazismu filantropi yang celengan kaleng disimpan di tiap kelas untuk diisikan uang receh sebagai infaq dalam satu minggu. Mungkin itu seratus rupiah tidak bermanfaat bagi orang yang berlebihan, tapi bagi yang tidak mampu bisa disalurkan ke sana.”⁵¹

⁴⁹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Terbit Terang, 2002), h.53

⁵⁰Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h.20

⁵¹Wawancara dengan subjek M.Dahlan pada tanggal 02 Mei 2018, pukul 07.33 WITA, di SD

Lazismu selalu mempermudah transaksi penyaluran zakat dari pihak donatur kepada Lazismu agar apa yang diinginkan bersama dapat berjalan lancar untuk umat yang membutuhkan. Lazismu menganggap orang yang berdakwah semata-mata mengharap ridha Allah adalah mujahid sejati yang menuntut prioritas kepedulian dari umat. Tidak sedikit tantangan yang diterima seorang da'i ketika menyebar kebaikan dalam hal ini mengajak orang untuk menjalankan segala perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya.

Masih banyak khalayak yang minim pengetahuannya tentang agama Islam, khususnya di sini menunaikan zakat tapi mereka tidak bisa menerima apa yang disampaikan da'i atau penceramah kepadanya sehingga menganggap hanya perkataan biasa saja padahal sudah dijelaskan dengan penjelasan ayat Al-Qur'an tapi masih tidak bisa mengerti dalam hal ini terjadi perbedaan pandangan sehingga menjadi rintangan bagi da'i untuk senantiasa tetap berusaha meyakinkan mereka yang masih awam tentang Islam.

Rintangan tersebut berupa rintangan kerangka berpikir yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan khalayak terhadap pesan yang digunakan dalam berkomunikasi. Ini disebabkan karena latar belakang pengalaman dan pendidikan yang berbeda.⁵² Sehingga da'i tetap menanamkan kesabaran dalam mendakwahkan agama yang dianut Rasulullah Muhammad Saw.

Seorang da'i sangat berat menjalankan dakwah dikarenakan terbatasnya sarana dan prasarana dakwah, disertai ancaman fisik dari kelompok-kelompok yang merasa sangat terganggu dengan aktivitas dakwah, bahkan yang paling memprihatinkan minimnya jaminan untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-sehari.

⁵²Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h.156

Maka dari itu, Lazismu Parepare memfasilitasi juru dakwah dengan memenuhi kebutuhannya dalam menyiar kebaikan dan pengetahuan tentang Islam khususnya mengenai zakat agar mereka terketuk hatinya untuk membayar zakat karena ingin mendapat ridha Allah dan ingin mensejahterakan umat yang kurang mampu.

Lazismu juga menggelar program *Back to Masjid* “Masjid Nyaman Ibadah Tenang” dengan varian aksi BBM (Bersih-Bersih Masjid), sedekah alat ibadah, sedekah pengeras suara, dan rehab tempat ibadah. Ini menjadi tema program Lazismu karena berdasar pada riset yang dilakukan oleh Dewan Masjid Indonesia 75% kondisi masjid di negeri ini fasilitas pengeras suaranya tidak memadai, masih banyak yang rusak, perlengkapan ibadah tidak layak, bahkan masjid ada yang terbengkalai. Karena itu, Lazismu mengajak masyarakat, khususnya umat Islam untuk berkontribusi memperbaiki kondisi masjid di lingkungannya.⁵³

Dengan berdonasi di Lazismu berarti kita juga telah menyelamatkan masjid yang terbengkalai yang kurang diperhatikan agar indah dipandang dan nyaman saat melaksanakan ibadah sebab kebersihan adalah sebahagian daripada iman.

d) Bidang Sosial

Manusia adalah makhluk sosial, artinya tidak bisa hidup sendiri. Manusia yang satu dengan manusia lainnya saling membutuhkan. Perlu ada hubungan dengan lingkungan sekitar dan sebaik-baiknya manusia adalah mereka yang menolong sesama tanpa ada maksud dan tujuan yang buruk, semata-mata niatnya untuk berbuat baik.

Terjalannya suatu hubungan yang baik dengan sesama didukung dengan adanya komunikasi yang baik dan ketertarikan serta pemahaman dari komunikator kepada

⁵³<https://www.lazismu.org/tabligh-akbar-sambut-ramadhan-dengan-program-inovatif-di-parepare/> (diakses pada tanggal 05 Mei 2018)

komunikasikan. Lazismu pun seperti itu, bagaimana pihak Lazismu sebagai pembicara atau orang yang menyampaikan tentang kewajiban membayar zakat kepada para calon muzakki.

Harold D. Lasswell, seorang sarjana politik Amerika yang kemudian membuat model komunikasi yang dikenal dengan formula Lasswell (siapa, mengatakan apa, melalui apa, kepada siapa dan apa akibatnya). Lasswell melihat bahwa suatu proses komunikasi selalu mempunyai efek atau pengaruh.⁵⁴

Lazismu memanfaatkan komunikasi untuk menyampaikan perihal kewajiban umat Islam membayar zakat bagi yang memiliki harta berlebih kepada mereka yang kurang mampu dan butuh bantuan untuk tetap bertahan di kehidupan yang amat keras ini.

“Lazismu itu lembaga penyaluran dana zakat, infaq dan sedekahnya orang-orang. Terus saya juga pikir, apa pun itu yang mau kita sumbang, memang lebih gampang lewat Lazismu. Berzakat di Lazismu juga banyak pengetahuan tentang zakat ditahu, ada mi dibidang zakat profesi, zakat mal, zakat fitrah dll. Pokoknya dari sebelumnya saya nda tahu apa-apa secara rinci pembagian zakat itu apa saja dan bagaimana, awalnya kan cuman menyumbang-nyumbang saja ji padahal itu ada hitungannya. Untungnya ada teman yang pengurusnya Lazismu datang dan memberitahu begini begitu, jadi saya paham dan sampai sekarang memercayakan zakat di Lazismu.”⁵⁵

Berdasarkan teori Harold D. Lasswell terkait formula Lasswell, sehubungan dengan wawancara tersebut dapat dipahami bahwa dalam bersosial masyarakat memerlukan komunikasi yang efektif agar komunikator dan komunikan dalam hal ini Lazismu dan muzakki. Lazismu harus bisa mengkoordinasikan kepada donatur untuk membayar zakat ke Lazismu dengan menggunakan strategi jitu untuk mempengaruhi para calon muzakki.

Memang sangat dibutuhkan melakukan pendekatan dan mengajak orang untuk mengikuti apa yang kita katakan dalam hal ini yang dilakukan pihak Lazismu

⁵⁴Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. h.41-42

⁵⁵Wawancara dengan subjek Musdalifah pada tanggal 04 Mei 2018, pukul 09.26 WITA, di Kantor BRI Cabang Parepare

memberikan sosialisasi sebagai bentuk ajakan kepada masyarakat untuk mendonasikan zakat, infaq dan sedekahnya ke Lazismu Parepare.

Jadi komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan umat manusia, baik sebagai individu mau pun sebagai anggota masyarakat. Ia diperlukan untuk mengatur tatakrma pergaulan antarmanusia, sebab berkomunikasi yang baik akan memberi pengaruh langsung pada struktur keseimbangan seseorang dalam bermasyarakat.⁵⁶

Melihat dari perspektif sosiologi, zakat bertujuan untuk memperkuat kohesi sosial, oleh karena zakat berpotensi meneguhkan hubungan di antara muslim melalui praktik filantropi dari orang yang mempunyai harta berlebih terhadap orang yang tidak mampu sebagai wujud dari simpati dan empati.

Salah satu bentuk kebaikan dalam berkehidupan sosial adalah membantu orang yang kesusahan dalam hal ini mereka yang memiliki rumah tidak layak huni karena bangunannya tidak kokoh seperti dulu, atap rumah yang bocor, dan kerusakan lainnya sehingga perlu dilakukan bedah rumah. Lazismu memberikan kesempatan kepada setiap calon donatur untuk menyalurkan zakat, infaq atau pun sedekahnya ke Lazismu untuk membantu mereka yang membutuhkan.

Dana zakat yang berasal dari orang-orang menengah ke atas akan bermanfaat bagi kalangan menengah ke bawah dapat dioptimalkan penggunaannya. Salah satu contoh optimalisasi penggunaan dana zakat di bidang sosial dalam program bedah rumah yang dilaksanakan Lazismu yaitu dengan tema rumah berkah kakek Senong.

⁵⁶Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h.3



Gambar. 2.4 : Lazismu Parepare bersama kakek Senong⁵⁷

Lazismu juga telah melaksanakan suatu program bantuan untuk Palestina sebagai bentuk empati kepada mereka yang tertimpa musibah. Umat Islam harus bersatu untuk membantu muslim Palestina dari belenggu penjajahan fisik dan penjajahan spiritual. Saudara muslim kita di Palestina tengah diuji kesabarannya oleh Allah Swt., sedangkan kita yang berada jauh dari mereka, diuji kepedulian kita. Maka dari itu, selain doa yang dipanjatkan agar Palestina mendapat pertolongan dari Allah Swt. Lazismu juga bergerak mengajak masyarakat, khususnya umat Islam untuk mendoakan dan mendonasikan dananya kepada Palestina dengan keikhlasan hati.

e) Bidang Pendidikan

Menjadi manusia yang memiliki ilmu pengetahuan dari beberapa aspek atau pun aspek tertentu saja, selama bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain maka kita tidak akan terdzolimi dan kikir ilmu.

Pendidikan adalah salah satu jalan menuju perubahan kehidupan menjadi lebih baik, namun tidak semua anak bangsa memperoleh pendidikan dikarenakan keterbatasan finansial, maupun kurangnya akses di daerahnya, padahal semua orang berhak untuk menuntut ilmu, terlebih lagi jika seseorang itu mampu mendapatkan

⁵⁷Gambar diambil dari dokumentasi foto Lazismu Parepare melalui Amanda sebagai staf administrasi Kantor Lazismu (tanggal 09 Mei 2018)

nilai tinggi dan berakhlak karimah di perkuliahan misalnya, maka mereka berhak mendapatkan apresiasi dari prestasi yang dimiliki.

Bagi mereka para muzakki, sangat diperlukan bantuannya untuk anak-anak bangsa yang terhenti pendidikannya karena keterbatasan yang dimiliki. Melalui Lazismu, zakat, infaq dan sedekah muzakki dapat tersalurkan dengan baik kepada mustahik dalam hal ini penerima beasiswa.

“Lazismu menjadi tempat menyalurkan sedikit harta kita kepada orang yang lebih membutuhkan. Begitu saya menurutku dek, karena saya pikir memang di situ ji saya defenisiku soal Lazismu. Dan sepertinya Lazismu memang bisa bantu orang-orang yang betul-betul membutuhkan dari berbagai program yang diadakan.”⁵⁸

Berdasarkan wawancara tersebut menjadi penjabar bahwa Lazismu adalah tempat pengumpulan zakat umat yang dimanfaatkan untuk orang yang membutuhkan dalam berbagai kegiatan atau pun program, seperti program seribu sarjana yang diberikan kepada mereka yang kondisi ekonominya hanya sebatas untuk makan saja susah apalagi untuk menyekolahkan anak.

Dari hal tersebut, melalui lazismu, dana zakat, infaq dan sedekah dari donatur dimanfaatkan untuk menolong kalangan menengah ke bawah dengan kondisi tidak berkecukupan tapi karena mereka unggul di akademisi maka berhak diberikan penghargaan berupa beasiswa yang dikemas dalam program 1000 sarjana dan beasiswa sang surya. Program beasiswa tersebut juga diberikan kepada mereka lulusan SLTA untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi. Lazismu memberikan bantuan tidak hanya biaya kuliah, namun juga *living cost* dan biaya lainnya yang menunjang jalannya pendidikan penerima beasiswa untuk dimanfaatkan sebagaimana perlunya.

⁵⁸Wawancara dengan subjek Firdayanti pada tanggal 03 Mei 2018, pukul 17.52 WITA, di Rumah Narasumber

Berdasarkan pada dana yang telah yang telah diterima Lazismu selama periode Januari-Juni disalurkan kepada *fi sabilillah* melalui program sosial, salah satu contohnya yaitu membantu muslim Palestina yang tertimpa musibah akibat penjajahan secara spiritual dan fisik. Kemudian, bantuan kepada *ibn sabil* dalam program pendidikan, salah satu contohnya yaitu, pemberian beasiswa 1000 sarjana dan beasiswa sang surya kepada masyarakat yang membutuhkan. Hal tersebut dapat dilihat pengelolaannya seperti pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.2 Pengelolaan Dana Zakat Periode Januari-Juni 2017

Penyaluran	Pengelolaan Dana Zakat
<i>Fi Sabilillah</i>	
Program Dakwah	- 5.192.000.00
<i>Ibnu Sabil</i>	
Program Pendidikan	- 8.000.000.00
Jumlah Penyaluran Dana Zakat	13.192.000.00

Sumber Data: diambil dari dokumentasi Lazismu⁵⁹

Ada pun penyaluran dana zakat pada periode Juli-Desember 2017 mengalami peningkatan pesat pada penerimaannya, sehingga dapat dikelola dalam berbagai program untuk kemudian diberikan kepada yang berhak menerima. Data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

⁵⁹Data diambil dari dokumentasi Lazismu Parepare melalui Amanda sebagai staf administrasi Kantor Lazismu (tanggal 09 Mei 2018)

Tabel 1.3 Pengelolaan Dana Zakat Periode Juli-Desember 2017

Penyaluran	Pengelolaan Dana Zakat
Fakir – Miskin	
Program Pendidikan	- 9.000.000.00
Program Sosial	- 87.000.000.00
Fi Sabilillah	
Program Pendidikan	- 2.500.000.00
Program Sosial	- 2.500.000.00
Jumlah Penyaluran Dana Zakat	101.000.000.00

Sumber Data: diambil dari dokumentasi Lazismu⁶⁰

Berdasarkan pada kedua tabel di atas, jelas bahwa Lazismu berhasil melakukan peningkatan persemester dari Januari-Juni dan Juli-Desember mengumpulkan dana zakat. Kemudian dikelola dalam berbagai program yang telah ditentukan lalu disalurkan kepada penerima.

4.2 Strategi Komunikasi Lazismu

Manusia adalah makhluk sosial, maka manusia membutuhkan teknik untuk dapat berinteraksi dengan manusia lainnya, teknik tersebut adalah komunikasi. Komunikasi yang dimaksud adalah teknik atau media untuk menyampaikan pesan atau pun informasi kepada lawan bicara dalam hal ini seorang komunikan.

⁶⁰Data diambil dari dokumentasi Lazismu Parepare melalui Amanda sebagai staf administrasi Kantor Lazismu (tanggal 09 Mei 2018)

Komunikasi selalu dibutuhkan untuk berlangsungnya interaksi sosial antara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya.

Lazismu sendiri menggunakan tiga strategi penting untuk menarik minat muzakki membayar zakat di Lazismu Parepare. Strategi tersebut berfokus pada komunikator, pesan dan media.

4.2.1 Komunikator

Komunikasi tidak serta merta berkaitan dengan lisan saja atau bahasa verbal, melainkan praktek perbuatan dan tingkah laku juga bagian dari komunikasi yang dikenal dengan sebutan komunikasi nonverbal. Meskipun kemampuan komunikasi verbal sangat dibutuhkan dan menentukan kesuksesan seseorang dalam kehidupan baik dalam hubungan formal maupun informal.⁶¹

Terwujudnya komunikasi yang efektif antara komunikator dan komunikan, didukung oleh siapa orang yang menyampaikan suatu pesan. Oleh karena itu perlu memperhatikan peranan komunikatornya. Lazismu terkenal dan banyak yang berzakat di Lazismu juga dapat dilihat dari siapa komunikatornya, siapa yang menjadi gambaran langsung terpercayanya masyarakat. Lazismu Parepare diketuai oleh Erna Rasyid Taufan di mana beliau dikenal sebagai istri dari Walikota Parepare beberapa waktu lalu. Tidak hanya itu, beliau juga sangat ramah dan pandai dalam berkomunikasi yang baik dengan orang lain.

Ketua Lazismu, Erna Rasyid Taufan memiliki daya tarik untuk menarik minat khalayak berzakat di Lazismu. Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta

⁶¹Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2017), h.82

dengannya. Dengan lain perkataan, komunikasi merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga komunikasi bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator.⁶²

Faktor berikutnya yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil ialah kepercayaan komunikasi pada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator.⁶³ Erna Rasyid Taufan beserta amil zakat Lazismu melakukan hal tersebut untuk tetap menjaga kredibilitas masyarakat serta Lazismu senantiasa dikenal baik di mata masyarakat.

“Saya mengenalnya melalui sosialisasi dengan sekertarisnya, kemudian Ibu Erna kan ketuanya ya. Ada juga sosialisasi tentang zakat di sekolah, kami menyambut baik, kenapa? Karena Lazismu mengajarkan dan mengimplementasikan kepada peserta didik untuk mengamalkan rukun Islam yang ketiga, tentang pentingnya membayar zakat ya. Kemudian itu, sebagai pembelajaran juga kepada sekolah agar senantiasa berbagi kepada orang yang membutuhkan. Jadi saya pribadi, kenalnya itu dari Ibu Pembina Majelis Anak Saleh sekaligus Beliau adalah Ketua Lazismu Kota Parepare, Ibu Hj. Erna Rasyid Taufan.”⁶⁴

Berdasarkan wawancara tersebut, Lazismu Parepare memang terkenal dapat dipercaya oleh khalayak dalam hal ini calon muzakki. Berkat komunikasi yang efektif dan penggunaan media yang mendukung. Sehingga, Lazismu mampu mengumpulkan dana umat untuk diberikan kepada yang membutuhkan. Bukti terjalannya komunikasi efektif, dilihat dari penyuluhan-penyuluhan yang dilakukan Lazismu. Salah satu contohnya yaitu penyuluhan kepada siswa-siswa Sekolah Dasar tentang pentingnya membayar zakat. Kegiatan tersebut bertujuan menginformasikan dan mengajak anak

⁶²Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1984), h.38

⁶³Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, h.39

⁶⁴Wawancara dengan subjek M.Dahlan pada tanggal 02 Mei 2018, pukul 07.33 WITA, di SD 45 Parepare

sejak dini untuk berbagi kepada orang yang tidak mampu dari segi finansial atau pun fisiknya.

Lazismu dalam hal ini untuk tetap menjaga kredibilitasnya sebagai lembaga zakat, infaq dan sedekah terpercaya di Parepare. Lazismu senantiasa meng-*update* dan menginformasikan kegiatan-kegiatannya melalui media yang digunakan tersebut, entah media visual, audio, audio-visual atau media online.

“Untuk tetap menjaga kredibilitas di hadapan khalayak. Lazismu mengangkat personal branding (orang-orang yang mengelola Lazismu harus orang yang terpercaya). Kemudian program branding (membuat program kreatif dan inovatif berdasarkan analisis kebutuhan). Provide profile-nya juga harus jelas (siapa orang-orangnya, alamatnya di mana). Senantiasa melaporkan program-program secara rutin dan selalu mempublikasi program-program, apakah dalam bentuk foto atau video diposting melalui email, wa, fb, dll.”⁶⁵

1) Personal branding

Merupakan usaha untuk memberikan perhatian kepada orang lain atas kemampuan, keunikan, spesialisasi, dan citra diri berbeda yang dimiliki, bahkan lebih unggul dibandingkan orang lain. Personal branding menjadi bentuk promosi atas daya tarik, pembangun citra, jaminan sebuah kualitas, pemberi keyakinan, hingga pengendali atas orang-orang di sekelilingnya.⁶⁶ Personal branding bukanlah sebuah pilihan, karena setiap orang telah memiliki personal brand-nya sendiri. Namun, yang menjadi pertimbangan adalah seberapa besar kekuatan personal branding tersebut mampu terekam kuat di benak dan pikiran orang lain.

Timothy P. O’Brien, seorang penulis buku *The Power of Branding*, mengatakan bahwa personal branding merupakan identitas pribadi seseorang yang mampu

⁶⁵Wawancara dengan subjek Syaiful Amir pada tanggal 30 April 2018, pukul 11.27 WITA, di Kantor Lazismu

⁶⁶Muhammad Fadhil Tamimy, *Sharing-mu, Personal Branding-mu* (Semarang: VisiMedia,2017), h.4

menciptakan respon emosional terhadap orang lain mengenai kualitas dan nilai yang dimiliki oleh orang tersebut.⁶⁷

Lazismu sendiri, mempunyai personal *branding* yang dimiliki dari setiap amil zakatnya, mereka mampu memikat dan membangun kepercayaan terhadap orang lain yang melihat atau pun mendengarkannya. Sehingga menjadi salah satu penunjang ketertarikan calon donatur untuk membayar zakat, infaq dan sedekahnya kepada Lazismu Parepare

2) *Good Report*

Merupakan salah satu strategi komunikator Lazismu dengan tujuan untuk membangun *trust* (kepercayaan) masyarakat kepada Lazismu sebagai lembaga zakat yang profesional. Hal ini didukung oleh wawancara penulis bersama informan “*Kalau bagus laporan pertanggungjawabannya, maka orang akan semakin percaya.*”⁶⁸ Karena Lazismu mengolah dana umat, jadi, harus dilaporkan juga kepada umat melalui lembaga-lembaga resmi yang telah ditunjuk oleh pemerintah.

Lazismu selalu memberikan laporan secara rutin. *Pertama*, kepada Baznas sebagai induk lembaga zakat. *Kedua*, memberikan laporan kepada internal Muhammadiyah. *Ketiga*, memberikan laporan rutin baik triwulanan, semesteran, tahunan ke jenjang di atasnya Lazismu Parepare atau Lazismu Pusat. Semua perolehan, penghimpunan dan zakat, infaq dan sedekah atau dana sosial lainnya harus dilaporkan untuk menjamin akuntabilitas pengeluaran, pemasukan dan pemanfaatan dana tersebut. Bentuk pelaporan Lazismu itu dengan menggunakan dua langkah, sebelum dan sesudah kegiatan atau program yang telah dilaksanakan.

⁶⁷Muhammad Fadhool Tamimy, *Sharing-mu, Personal Branding-mu* (Semarang: VisiMedia,2017), h.5

⁶⁸Wawancara dengan subjek Syaiful Amir pada tanggal 30 April 2018, pukul 11.27 WITA, di Kantor Lazismu

“Bentuk pelaporannya itu ada dua langkah, sebelum dan sesudah. Sebelumnya itu melakukan program dalam bentuk memediakan bahwa kita akan melakukan ini. Setelah kegiatan terlaksana, maka bukti-bukti dokumentasi kita laporkan, kalau ini sifatnya langsung ke yang bersangkutan dalam bentuk brosur, atau pun pamphlet.”⁶⁹

Strategi *good report* ini bertujuan untuk meyakinkan seluruh masyarakat kalau Lazismu benar-benar profesional.

“Lazismu dalam hal ini memang profesional, kemudian transparan dan zakat memang tersalurkan ke pihak yang membutuhkan. Lazismu juga ada catatannya disalurkan ke mana, ada juga kartunya, ada nomor pokok wajib zakat.”⁷⁰

Berdasarkan wawancara tersebut, jelas tergambar bahwa lembaga zakat Lazismu selalu memprioritaskan sikap profesional dalam mengolah zakat. Sebab kepercayaan muzakki atau donatur zakat sangat diperlukan untuk menunjang terwujudnya impian bersama menyejahterakan umat.

3) Perbanyak Jalin Kerjasama

Merupakan kunci dari keberhasilan Lazismu Parepare dalam menarik minat umat berzakat. Suatu organisasi, perusahaan atau dalam hal ini lembaga, untuk mencapai tujuan bersama diperlukan adanya kerjasama. Pentingnya menjalin kerjasama dengan beberapa organisasi, instansi atau lembaga akan berdampak positif terhadap kinerja yang efektif.

Salah satu hal yang sangat mendukung lahirnya kerjasama adalah jalinan komunikasi yang baik. Komunikasi merupakan hal terpenting dalam keberhasilan suatu organisasi atau lembaga. Lazismu sendiri memanfaatkan komunikasi yang efektif dalam mengajak lembaga, organisasi atau pun instansi untuk bekerjasama.

⁶⁹Wawancara dengan subjek Syaiful Amir pada tanggal 30 April 2018, pukul 11.27 WITA, di Kantor Lazismu

⁷⁰Wawancara dengan subjek M.Dahlan pada tanggal 02 Mei 2018, pukul 07.33 WITA, di SD 45 Parepare

“Lazismu itu bekerja sama dengan Ortom Muhammadiyah, Majelis dan Lembaga AUM, UM Parepare, Masjid, BKMT, Toyota Kalla, PLN, Telkom, BSM, Mandiri, BPD Sulselbar, Baznas, SMP se-kota Parepare, SD, SMA, Komunitas SSC IAIN Parepare, TNI dan Polri, Kantor SKPD, BUMN, BUMD, KNPI, dan lain-lain. Dan lazismu tetap terbuka untuk menjalin mitra dengan lembaga lainnya yang se-Visi.”⁷¹

Terbukti Lazismu banyak peminatnya, dilihat dari banyaknya yang menjalin kerjasama dalam pencapaian tujuan bersama. Bentuk kerjasama yang terjalin dengan beberapa lembaga atau pun instansi yaitu, mendukung gerakan 1000 donatur Lazismu, mendistribusikan dana yang ada kepada siswa-siswa yang tidak mampu. Kemudian khusus seluruh sekolah yang ada di Parepare, bentuk kerja samanya itu pengadaan filantropi.

4) Sponsorship Kerjasama

Sponsorship berupa dukungan finansial atau materi pendukung kepada suatu organisasi, orang atau aktivitas yang dipertukarkan dengan publisitas merek dalam suatu hubungan kerjasama. Tentunya, Lazismu memanfaatkan sponsorship kerjasama untuk mengajak umat mendonasikan zakatnya melalui Lazismu Parepare.

Lazismu menjadi sponsor kegiatan perbankan Umbar yang mengadakan seminar dalam rangka memperingati 50 tahun perbankan syariah. Bentuk sponsorship Lazismu yaitu menanggung sebagian pembiayaan, seperti konsumsi dan materi, termasuk penyediaan alat peraganya, spanduk, baleho dan sebagainya. Kegiatan tersebut, Lazismu memanfaatkan untuk kampanye atau sosialisasi zakat. Jadi, logo Lazismu dipasang di spanduknya dengan tujuan agar Lazismu lebih banyak dikenal oleh masyarakat.

⁷¹Wawancara dengan subjek Syaiful Amir pada tanggal 30 April 2018, pukul 11.27 WITA, di Kantor Lazismu

4.2.2 Pesan

Komunikasi tidak terlepas dari pesan karena merupakan inti dari keberadaan komunikator dan komunikan. Suatu pesan akan sampai dengan baik kepada penerima jika apa yang disampaikan dari komunikator itu jelas maksud dan tujuan pembicaraannya. Proses penyampaian pesan terdiri dari verbal dan nonverbal. Verbal yang berarti sesuatu pesan disampaikan menggunakan kata-kata dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan apa yang didengarnya.

Pesan verbal dianggap penting dan dapat dengan mudah diterima oleh komunikan. Namun, pesan nonverbal juga adalah suatu hal penting ketika berkomunikasi dengan orang lain dikarenakan apa yang sering kita lakukan jauh lebih komunikatif dari apa yang kita katakan.⁷² Kesesuaian antara komunikasi verbal dan nonverbal sangatlah menentukan komunikasi itu berjalan efektif atau tidak. Untuk mencapai pada komunikasi efektif tersebut, memberi dalam hal ini membantu umat yang kesusahan merupakan senjata paling efektif dari sebuah komunikasi.

Memberi dalam artian berzakat, infaq atau pun sedekah merupakan media komunikasi nonverbal yang nyatanya diiringi dengan doa (verbal) seperti “*semoga zakat atau pun sedekah bermanfaat bagi para mustahik yang menerimanya.*” Sederhana saja, dengan perkataan seperti itu, tentu akan membuat si penerima merasa senang dan bergembira atas pemberian dana dari donatur melalui Lazismu Parepare.

Suatu pesan yang dikomunikasikan ingin mempunyai kemampuan untuk meramalkan efek yang timbul pada komunikan. Maka tidaklah mengherankan apabila dalam setiap melaksanakan penyampaian pesan tidak terlepas dari keinginan untuk menjadikan pesan itu diterima oleh komunikan. Tetapi untuk menjadikan pesan itu

⁷²Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2017), h.94

dapat di terima maka harus memperhatikan berbagai macam kondisi cara penyampaian dan memenuhi syarat dari suatu pesan. Pesan yang terkandung pada suatu tulisan atau pun gambar tentu memiliki makna tersendiri, seperti pada gambar di bawah ini:



Gambar. 2.5: Contoh Gambar Spanduk Lazismu

Makna pesan nonverbal pada gambar tersebut dapat dilihat pada pemilihan warna *background* yang lembut dan dihiasi dengan gambar masjid penuh kedamaian sesuai dengan temanya “marhaban yaa ramadhan” menandakan ciri khas bulan suci penuh berkah yang sangat dinantikan kehadirannya. Melalui tampilan spanduk yang menarik akan membuat calon donatur zakat dengan senang hati menyalurkan zakatnya kepada Lazismu Parepare.

“Makna Logo Lazismu, secara visual terdiri dari delapan butir padi yang tersusun melingkar, 1 butir padi mengarah ke atas sebagai simbol tauhid. Warna oranye melambangkan warna matahari yang mengacu pada Muhammadiyah, sekaligus spirit dan passion untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Sedangkan untuk visual dari tema ‘Marhaban Ya Ramadhan’ itu kan ada gambar masjid, awan dan pepohonan, tentunya penempatan awan pada gambar tersebut bermakna mencerahkan. Kemudian gambar masjid yang kita

ketahui bersama bulan ramadhan sangat identik dengan masjid, di mana pada bulan itu, kita lebih banyak menghabiskan waktu di sana. Pepohonan yang berarti sejuk, karena bulan ramadhan itu menyejukan, menenangkan. Sedang untuk pemilihan warnanya, lebih dominan warna hijau sebagai cermin dari keasrian.”⁷³

Tidak hanya itu, Lazismu dalam menarik minat muzakki berzakat, tentunya dipengaruhi dengan pesan-pesan yang terkandung pada setiap tulisan yang terpampang di spanduk Lazismu, misalnya yang berbunyi “zakat hebat”, makna pesan dari zakat hebat adalah bisa mewujudkan keadilan dan kesejahteraan umat, problematika umat dan bangsa yang melanda negeri ini, baik kemiskinan, keterbelakangan, kesehatan, lingkungan, gizi buruk, terorisme dan lain-lain.

Semua hal tersebut dapat terealisasikan dengan kekuatan keyakinan untuk mencapai tujuan. Tidak hanya itu, slogan Lazismu yang berbunyi “Lazismu memberi untuk negeri”, memiliki makna pesan yang berarti pemasukan dana zakat, infaq dan sedekah dari para donatur semata-mata untuk diberikan kepada masyarakat yang membutuhkan melalui berbagai program. Lazismu hadir di tengah-tengah masyarakat sebagai penolong kaum menengah ke bawah akan belunggu kemiskinan yang merajalela.

Pesan melalui media aural atau sesuatu yang bersangkutan dengan indera pendengaran (telinga) dapat didengarkan pada saat mata dan tangan dipergunakan untuk mengindera hal-hal lain, misalnya mendengarkan berita radio ketika sedang mengendarai mobil. Makna pesan tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

⁷³Wawancara bersama subjek Andi Hasniar Jufri, pada tanggal 25 Oktober 2018

Salah satu contoh isi berita Lazismu melalui Radio Peduli yakni:

Tabel 1.4 Isi Pesan Lazismu melalui Radio Peduli

<p>LAZISMU PAREPARE GELAR RAKORSUS RAMADHAN DAN SEMINAR ZAKAT</p> <p>LAZISMU KOTA PAREPARE MENGGELAR RAPAT KOORDINASI KHUSUS (RAKORSUS) RAMADHAN DAN SEMINAR ZAKAT YANG DILAKSANAKAN DI AULA RUMAH JABATAN WALIKOTA PAREPARE RABU KEMARIN// SEKRETARIS LAZISMU PAREPARE/ SAIFUL AMIR/ MENYAMPAIKAN KEGIATAN TERSEBUT UNTUK MENENTUKAN TARGET CAPAIAN RAMADHAN TAHUN INI/ SERTA MEMBERIKAN PEMAHAMAN BAHWA ZAKAT ITU HEBAT DENGAN MENGHADIRKAN PEMATERI AKDEMISI IAIN PAREPARE DR. NASRI HAMANG M.AG/ KEPALA KANTOR PAJAK KOTA PAREPARE / KETUA BAZNAS KOTA PAREPARE/ KEGIATAN TERSEBUT JUGA DIRANGKAIKAN DENGAN PENGANUGERAHAN LAZISMU AWARD KEPADA PARA SEGENAP PIHAK DAN MITRA LAZISMU// SAMBUTAN WALIKOTA PAREPARE YANG DIBACAKAN OLEH PLT ASISTEN I ANDI ERWIN PALLAWARUKKA/ MENGAPRESIASI PELAKSANAAN LAZISMU AWARD SEBAGAI SALAH SATU UPAYA MEMBERIKAN PENGHARGAAN KEPADA MEREKA YANG TELAH MEMBANTU DAN BERKONTRIBUSI DALAM MELANCARKAN PROGRAM DAN GERAKANNYA//</p> <p>KESEMPATAN INI JUGA DIRANGKAIKAN DENGAN PELATIHAN MUBALIG MOTIVATOR ZAKAT DIKUTI PARA MAHASISWA DARI IKATAN MAHASISWA MUHAMMADIAH UNTUK MENJADI MUBALIG ZAKAT PADA BULAN RAMADHAN INI// MEGA TV PEDULI MENGABARKAN///</p>

Berdasarkan isi berita tersebut, dapat dipetik makna pesan yang bertujuan mengajak masyarakat Parepare untuk mempercayakan zakat, infaq, dan sedekahnya kepada Lazismu. Melihat dari antusias masyarakat menghadiri kegiatan seminar zakat yang diadakan Lazismu, dihadiri dari berbagai kalangan sehingga membuat para calon donatur zakat tertarik untuk membayar zakatnya di Lazismu Parepare.

4.2.3 Media

Terjalin suatu hubungan komunikasi antarsesama, tentu tidak terlepas dari bantuan media sebagai alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan atau penerima pesan. Pemanfaatan media komunikasi berguna untuk memperluas hubungan komunikasi antarmanusia dan juga memperbesar kemampuan manusia untuk menjalin hubungan antar manusia.

Melalui media komunikasi, seseorang atau pun kelompok seperti, komunikasi kelompok dengan kelompok, kelompok kepada individu, hingga individu kepada individu lain yang dapat bertukar pikiran, berbagi pengetahuan dan pengalaman. Hal ini juga menjadi langkah untuk menghindari keterasingan atau terisolasi dari lingkungan.

Tidak hanya itu, media komunikasi juga menjadi perantara atau jembatan antara komunikator sebagai orang yang menyampaikan pesan atau informasi kepada komunikan sebagai penerima pesan. Lazismu Parepare memercayakan pengurus zakat yang ada untuk memberitahukan atau mengingatkan kepada khalayak tentang wajibnya menunaikan zakat.

Media komunikasi banyak jumlahnya, mulai dari yang tradisional sampai yang modern yang dewasa ini banyak dipergunakan. Kita bisa menyebut umpamanya kentongan, bedug, pegelaran kesenian, surat, papan pengumuman, telpon, telegram, pamphlet, poster, spanduk, surat kabar, majalah, film, radio dan televisi yang pada umumnya dapat diklasifikasikan melalui media tulisan atau cetakan, visual, aural dan audio-visual.⁷⁴

⁷⁴Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1984), h.37

Ada pun penjelasan rinci dari setiap media yang ada dan contohnya masing-masing itu, seperti 1) media cetak yang merupakan penyampaian informasi melalui tulisan atau gambar, contohnya seperti: surat kabar atau koran, brosur, bulletin, dan sebagainya. 2) media audio yang menggunakan indera pendengaran, contohnya seperti: radio. 3) media visual atau media yang dipandang menggunakan indera penglihatan, misalnya: tv, foto, dan sebagainya. 4) media audio visual dapat dilihat dan didengar informasi yang ada, menggunakan indera penglihatan dan indera pendengaran, seperti: televisi, video dan sebagainya.

Pencapaian sasaran komunikasi yang dapat dipilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan. Dari sekian banyaknya media komunikasi, tidak dapat dilihat mana yang terbaik sebab masing-masing tentunya mempunyai kelebihan dan kekurangan. Dapat dilihat contoh, seperti penyampaian suatu pesan melalui media tulisan atau cetakan dan media visual dapat dikaji berulang-ulang dan disimpan sebagai dokumentasi.

Kemudian pesan melalui media audio-visual dapat diterima secara rinci dan lengkap serta dapat dilihat dan didengarkan. Jadi, semua tergantung dari kita, entah memilih hanya mendengarkan saja, sekadar hanya melihat atau bahkan lebih memilih mendengar sekaligus melihat apa yang ditampilkan yang dikenal dengan sebutan audio-visual.

Sebelum melancarkan komunikasi, perlu ada sasaran tujuan yang dilakukan seorang komunikator kepada komunikan. Tentunya Lazismu telah membuat perencanaan dengan memperhatikan siapa yang berhak menjadi sasaran dalam tujuan pembayaran zakat, infaq dan sedekah adalah mereka para calon muzakki atau dalam

hal ini orang-orang dengan kelebihan harta benda yang diberikan oleh Allah Swt. Maka dari itu Lazismu memerlukan media komunikasi untuk membantu dalam proses penyebaran informasi yang sehubungan dengan tujuannya.

Lazismu memanfaatkan media komunikasi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan positif dan membangun kepada umat, tentang keutamaan membayar zakat serta menginfakkan atau menyedekahkan sebagian harta yang dimiliki kepada orang-orang yang memerlukan bantuan.

Meningkatnya keinginan masyarakat untuk menyalurkan dan mempercayakan zakatnya kepada Lazismu didukung oleh media yang digunakan Lazismu dalam menarik minat calon muzakki. Melalui media, apa yang ingin dikatakan, informasi apa pun yang ingin disebar dapat tersalurkan dengan mudah dan sampai kepada khalayak atau penerima pesan.

Mc Luhan mengungkapkan bahwa *the medium is the message*, alat yang kita pakai untuk menyampaikan pesan adalah makna pesan itu sendiri. Artinya, sampainya pesan ke sasaran dipengaruhi oleh medium yang digunakan.⁷⁵

Berdasarkan teori Mc Luhan *the medium is the message*, yang menerangkan bahwa media adalah pesan, dalam artian pesan seorang komunikator akan tersampaikan kepada komunikan, tentu ada faktor yang mempengaruhi dalam hal ini media. Media memang memiliki peran penting dalam berjalannya suatu proses komunikasi, khususnya di sini Lazismu.

Melihat betapa pentingnya penggunaan media komunikasi dalam kehidupan sosial, Lazismu memanfaatkan setiap jenis media komunikasi untuk proses sosialisasi

⁷⁵Asa Briggs & Peter Burke. *Sejarah Sosial Media*. (cet. I; Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. 2006), h.xi

kepada masyarakat. Media yang dimanfaatkan Lazismu berupa, media visual, media audio, dan media audio-visual serta media online.

Pertama, media visual merupakan media penyampaian informasi yang memiliki manfaat dan berkaitan dengan kepentingan masyarakat yang disampaikan secara tertulis serta bersifat statis. Media ini terdiri dari lembaran kertas dengan sejumlah kata, gambar, sejumlah foto dengan tata warna dan halaman. Lazismu mencetak pamflet, brosur dan spanduk yang kemudian akan disebar ke tempat-tempat strategis. Ada pun spanduk yang dicetak dan disebar untuk kegiatan besar, yaitu seperti kegiatan tabligh akbar tujuannya sebagai momentum menggerakkan spirit zakat hebat yang didorong Lazismu untuk sosialisasi program. Sedangkan untuk brosur dan pamflet setiap bulannya melakukan percetakan untuk dibagikan kepada orang-orang sebagai pengenalan dan bentuk ajakan kepada mereka untuk mendonasikan dana zakat, infaq atau pun sedekahnya kepada orang kurang mampu melalui Lazismu Parepare dengan slogannya memberi untuk negeri. Salah satu contoh dari media visual yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.6 Baliho Lazismu

Lazismu menempatkan balihonya di beberapa tempat strategis di Parepare, salah satunya di pinggiran jalan dekat Rumah Sakit Sumantri yang dapat dengan mudah dilihat jelas oleh masyarakat yang melewati jalan tersebut. Pemilihan warna dan isi tulisannya menggunakan penulisan yang tebal dan mudah dibaca. Fungsi dari baliho sendiri untuk mengajak orang-orang berpartisipasi berzakat di Lazismu Parepare.

Kedua, media audio, Lazismu memanfaatkan radio sebagai penyiaran informasi melalui indera pendengaran. Salah satu kelebihan medium radio dibanding dengan media lainnya, ialah cepat dan mudah dibawa ke mana-mana. Radio bisa dinikmati sambil mengerjakan pekerjaan lain, seperti memasak, menulis, menjahit dan sebagainya. Suatu hal yang tidak mungkin terjadi pada media lain seperti televisi, film, dan surat kabar. Kehadiran televisi ternyata tidak mampu menggeser penggemar radio. Hasil penelitian membuktikan bahwa para remaja di Amerika Serikat rata-rata lebih banyak waktunya untuk mendengar radio dibanding dengan menonton tv.⁷⁶

Tidak hanya di luar negeri saja, Parepare juga memiliki beberapa peminat radio dikarenakan mudahnya diakses serta tidak akan menunda pekerjaan yang lainnya. Sehingga, Lazismu menggunakan medium radio sebagai salah satu sarana penyebaran informasi yang sehubungan dengan tujuan dan program kerjanya. Dalam hal ini, Lazismu bekerja sama dengan Radio Peduli, kegiatan atau program yang akan dilaksanakan atau sudah terlaksana akan diinformasikan melalui kedua stasiun radio yang berada di Parepare tersebut.

Ketiga, media audio-visual adalah perpaduan antara indera pendengaran dan penglihatan yang bekerja sama dalam waktu bersamaan. Media audio visual

⁷⁶Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h.138-139

megandalkan pendengaran dan penglihatan dari khalayak (penonton). Audio-visual juga merupakan proses penyampaian pesan atau informasi atau pun berita dari sumber (komunikator) kepada penerima (komunikan) atau lebih dengan cara memvisualisasikan isi pesan atau informasi kepada penerima dengan menggunakan media elektronik, seperti televisi.

Televisi boleh dikatakan telah mendominasi hampir semua waktu luang setiap orang. Dari hasil penelitian yang pernah dilakukan pada masyarakat Amerika, ditemukan bahwa hampir setiap orang di benua itu menghabiskan waktunya antara 6-7 jam per minggu untuk menonton tv. Waktu yang paling tinggi terserap pada musim dingin.

Di Australia anak-anak rata-rata terlambat bangun pagi ke sekolah karena banyak menonton tv di malam hari. Sementara itu, di Indonesia pemakaian tv di kalangan anak-anak meningkat pada waktu libur, bahkan bisa delapan jam per hari. Mengapa televisi begitu banyak menyita perhatian tanpa mengenal usia, pekerjaan dan pendidikan? Hal ini disebabkan televisi memiliki sejumlah kelebihan, terutama kemampuannya dalam menyatukan antarfungsi audio dan visual, ditambah dengan kemampuannya memainkan warna. Penonton leluasa menentukan saluran mana yang mereka senangi. Selain itu, tv juga mampu menjaga jarak dan waktu sehingga penonton yang tinggal di daerah-daerah yang terpencil dapat menikmati siaran tv.⁷⁷

Berdasarkan penjelasan terkait betapa pentingnya televisi itu karena telah mendekatkan dunia yang jauh ke depan mata tanpa harus membuang waktu, tenaga dan uang hanya untuk mengetahui hal tersebut. Begitu pun Lazismu yang memanfaatkan televisi sebagai wadah penyaluran pesan atau pun informasinya

⁷⁷Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h.142-143

kepada masyarakat tentang kewajiban berzakat. Lazismu dalam penyebaran pesannya bekerja sama dengan Tv Peduli Parepare.

Sebab masyarakat pada umumnya kebanyakan dari mereka dari berbagai kalangan, sudah tidak awam lagi dengan media televisi, hampir semua dari mereka memiliki benda tersebut di rumahnya. Sehingga, Lazismu memberikan arahan sehubungan dengan zakat, infaq dan sedekah kepada para khalayak atau penonton tentang pentingnya menolong sesama yang tidak berkecukupan, mengangkat ekonomis masyarakat menengah ke bawah, membantu meminimalisirkan kemiskinan, khususnya di wilayah Parepare.

Melalui Tv Peduli, Lazismu mengajak kepada umat Islam yang telah mampu dan memenuhi kriteria untuk mengeluarkan zakat, ada dua dampak yang ditimbulkan jika muslim yang mampu tidak menunaikan kewajibannya.

Pertama, dampaknya akan mengena pada muzakki yang bersangkutan. *Kedua*, dampaknya akan terjadi di masyarakat khususnya kalangan fakir miskin atau mustahik lain yang membutuhkan. Maksud dari hal tersebut ialah jika sebagai orang yang memiliki kelebihan harta, sudah sepantasnya untuk menunaikan kewajiban membayar zakat dan menolong sesama. Jika tidak dilaksanakan berarti termasuk golongan orang yang tamak harta dan kikir dalam berbagi.

Tv Peduli merekam kegiatan rakorsus ramadhan dan seminar zakat Lazismu Parepare dalam program sekilas info.



Gambar 2.7 Gambar Contoh Media Televisi

Sumber: youtube Tv Peduli Parepare

Sedang kalangan menengah ke bawah dengan perekonomiannya di bawah rata-rata akan terbelenggu dalam kesengsaraan dan mengharapkan bantuan para orang kaya dalam hal ini donatur. Maka dari itu, Lazismu senantiasa mengajak masyarakat untuk membantu masyarakat lainnya yang kurang mampu dari segi ekonomi. Mereka berhak mendapat pertolongan, dan kita sudah seharusnya membantu mereka.

Keempat, media online adalah media yang tersaji secara online yang diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Media online merupakan media yang paling banyak diminati oleh khalayak karena jauh lebih praktis, cepat, dan modern dibanding media lainnya. Tidak ada lagi orang yang tidak mengenal internet atau jejaring sosial di era modern ini, sebagai sarana untuk berkomunikasi jarak jauh dengan lawan bicara.

Lazismu juga tidak ketinggalan memanfaatkan media online dalam memotivasi khalayak untuk berzakat. Penggunaan media online yang dilakukan Lazismu memudahkan mengakses berbagai informasi serta perencanaan kegiatan atau pun program yang akan dilaksanakan. Tujuannya untuk mengajak umat berpartisipasi dalam berzakat, infaq dan sedekahnya ke Lazismu Parepare.

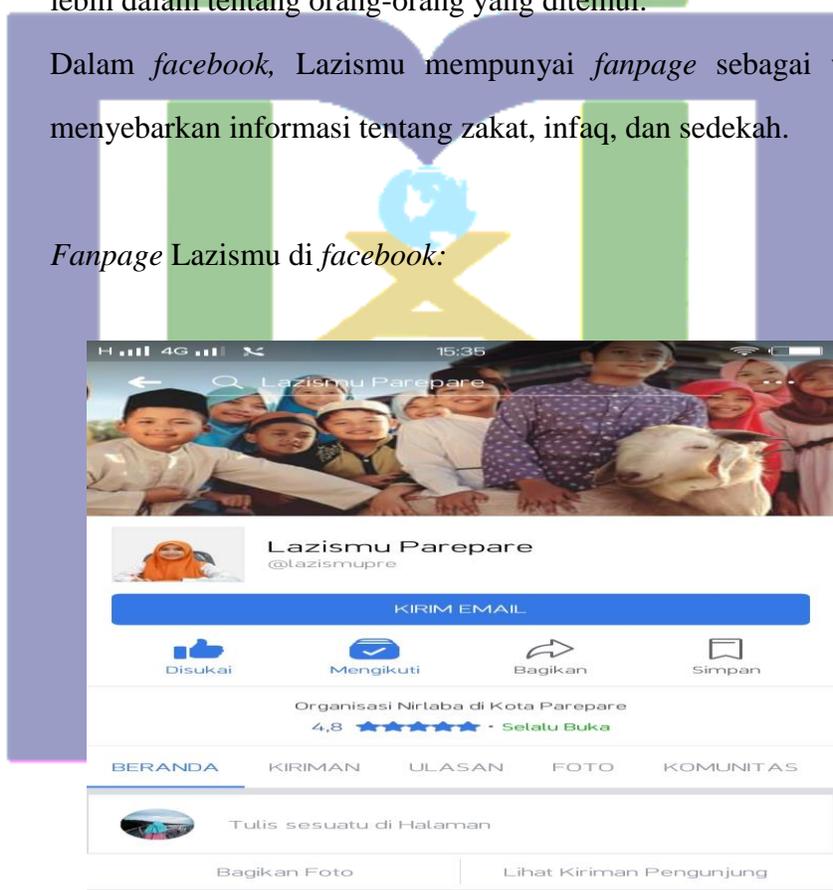
Ada pun beberapa media online yang digunakan Lazismu yaitu:

a) *Facebook*

Merupakan jejaring sosial yang menghubungkan orang-orang dengan teman atau rekan mereka lainnya yang berada di sekitar atau jauh dari mereka. *Facebook* digunakan untuk tetap menjaga hubungan dengan teman, rekan, sahabat, kerabat dan lainnya. *Facebook* dimanfaatkan untuk bertukar informasi, foto, mengirim tautan dan video serta mengetahui lebih dalam tentang orang-orang yang ditemui.

Dalam *facebook*, Lazismu mempunyai *fanpage* sebagai wadah untuk menyebarkan informasi tentang zakat, infaq, dan sedekah.

Fanpage Lazismu di *facebook*:



Gambar 2.8 Gambar Media Sosial *Facebook*

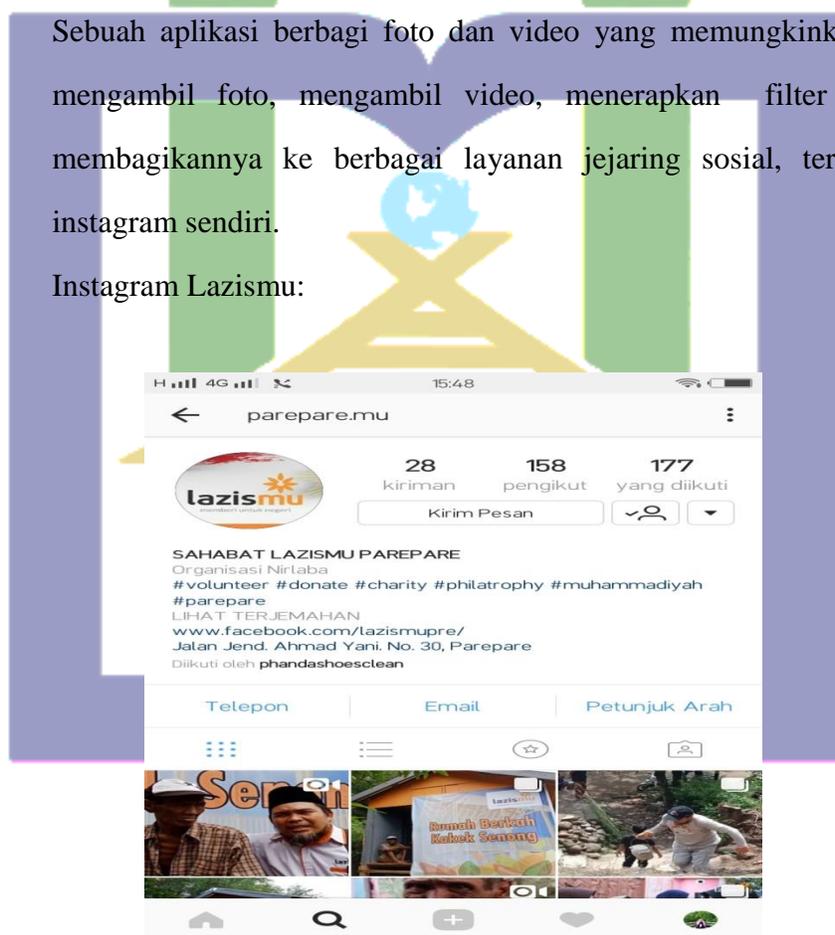
sumber: fanpage facebook Lazismu⁷⁸

Pemanfaatan media *facebook* untuk memperkenalkan Lazismu Parepare kepada khalayak, menginformasikan kegiatan yang dilaksanakan sebagai penunjang kepercayaan masyarakat terhadap Lazismu. Konten-konten positif dan membangun dibagikan di *fanpage* resmi Lazismu. Dari hal tersebut, menjadi daya tarik masyarakat untuk percaya terhadap Lazismu Parepare sebagai lembaga zakat.

b) Instagram

Sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri.

Instagram Lazismu:



Gambar 2.9 Gambar Media Sosial Instagram⁷⁹

⁷⁸Data diambil dari *fanpage facebook* resmi Lazismu Parepare (tanggal 12 Mei 2018)

Lazismu juga memanfaatkan instagram dikarenakan di zaman sekarang ini, instagram termasuk aplikasi yang trend dan banyak khalayak yang menggunakannya, sehingga untuk proses penyebaran informasi kepada masyarakat dapat lebih memudahkan dan instragram memiliki berbagai macam fitur untuk membuat apa yang disampaikan terlihat menarik.

“Seperti yang kita ketahui, di era sekarang ini banyak kalangan yang memanfaatkan berbagai media komunikasi untuk bisa terjalin dengan kerabatnya, teman-temannya dan lain sebagainya. Termasuk instagram merupakan salah satu media online yang sangat banyak peminatnya dengan fitur-fitur kerennya benar menarik, maka dari itu Lazismu memanfaatkan instagram untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang pentingnya membayar zakat serta mengajak calon donatur zakat menyalurkan zakat, infaq dan sedekahnya melalui Lazismu Parepare. sebenarnya juga, instagram Lazismu sudah terhubung langsung dengan fanpage facebook Lazismu.”⁸⁰

c) *Whats'app*

Merupakan aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya SMS. Dengan *whats'app*, kita dapat melakukan obrolan online, berbagi file, bertukar foto dan lain-lain.

⁷⁹Data diambil dari *instagram* Lazismu Parepare (tanggal 12 Mei 2018)

⁸⁰Wawancara dengan subjek Andi Hasniar Jufri pada tanggal 25 Oktober 2018)

Whats'app Lazismu:



Gambar 3.0 Gambar Media Sosial *Whats'app*

Sumber: Kontak *Whats'app* Lazismu⁸¹

Lazismu juga menggunakan *whats'app* karena aplikasi ini sangat memudahkan untuk berkomunikasi, menginformasikan kepada muzakki melalui grup *what'sapp* yang telah dibentuk tentang kegiatan-kegiatan yang telah terlaksana serta mengajak mereka untuk mendonaturkan zakatnya.

Berkat bantuan media komunikasi tersebut serta didukung dengan komunikasi efektif, Lazismu berhasil mengumpulkan dana dari para donatur zakat untuk diberikan kepada yang berhak menerima.

⁸¹Data diambil dari Grup *Whats'app* Amil Zakat Lazismu Parepare (tanggal 12 Mei 2018)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik kesimpulan :

- 5.1.1 Penerimaan dan pengelolaan dana zakat yang diterima Lazismu pada dua semester yaitu terhitung dari Januari-Juni berlanjut Juli-Desember mengalami peningkatan pesat pada penerimaannya. Kemudian dana zakat yang diterima, dikelola dengan baik oleh Lazismu untuk diberikan kepada orang yang membutuhkan dalam rangkaian beberapa program, seperti program pendidikan, sosial, ekonomi, dan dakwah. Melihat banyaknya donatur yang memercayakan zakatnya kepada Lazismu, menjadi bukti nyata bahwa Lazismu mampu menarik minat masyarakat melalui penerimaan dana persemesternya dan pengelolaannya.
- 5.1.2 Strategi komunikasi Lazismu untuk menarik minat umat dalam berzakat di Kota Parepare mencakup tiga hal penting yaitu, 1) strategi komunikator; 2) strategi pesan; 3) strategi media. Ketiga strategi tersebut terbukti efisien membantu Lazismu dalam proses penyebaran informasi tentang zakat dan mudah diterima oleh masyarakat. Hal tersebut dianalisis berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan tiga orang muzakki serta satu orang informan dari pihak Lazismu yang terpercaya. Tercapainya suatu komunikasi yang efektif, sangat didukung dengan keberadaan komunikator. Seorang pembicara harus mampu memberikan informasi kepada komunikan dengan memperhatikan keinginan serta kebutuhan khalayak. Serta mampu menarik

atau pun mengajak khalayak, dalam hal ini calon donatur zakat untuk membayar zakatnya di Lazismu. Selain itu, media juga sangat menunjang proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Berdasarkan teori Mc Luhan *the medium is the message*, maksudnya sampainya suatu pesan kepada sasaran dalam hal ini calon muzakki dipengaruhi oleh media yang digunakan. Lazismu memanfaatkan media visual seperti brosur, media audio seperti radio, media audio-visual seperti televisi dan media online seperti *facebook*, *instagram*, *whats'app* dan lainnya. Lazismu memanfaatkan semua media yang ada dalam proses penyebaran informasi betapa pentingnya membayar zakat serta lebih memudahkan untuk mengajak khalayak berzakat, berinfaq dan bersedekah di Lazismu Parepare.

5.2 Saran

- 5.2.1 Secara teoritis media komunikasi dengan kekuatan yang dimiliki sebaiknya dapat dijadikan sarana kebaikan untuk menyebarkan informasi atau pesan-pesan Islam di dalam kehidupan, sehingga media komunikasi, baik media audio, visual, audio-visual bahkan media online mampu memberikan efek terhadap masyarakat tentang nilai-nilai kebaikan untuk menjalani kehidupan sebagai makhluk sosial.
- 5.2.2 Secara praktis diharapkan masyarakat atau calon donatur zakat selain sebagai hamba Allah yang wajib menunaikan rukun Islam ke-3 yaitu membayar zakat, juga menjadi kewajiban untuk senantiasa saling tolong menolong, dalam hal ini memberikan sebahagian harta yang dimiliki kepada yang membutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Hamid dan Kurniawati. 2008. *Mensejahterakan Umat dengan Zakat*. Jakarta: Piramedia
- Al Azis, Moh Saifullah, 2005. *Fiqih Islam Lengkap*. Surabaya: Terbit Terang
- Arifin, Gus. 2011. *Dalil-Dalil dan Keutamaan Zakat, Infaq, Sedekah*. Jakarta: PT Gramedia
- Brigs, Asa & Burke, Peter. 2006. *Sejarah Sosial Media*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Cangara, Hafied. 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Departemen Agama RI. 2002. *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Terbit Terang)
- Effendy, Onong Uchjana. 1984. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Fathoni, M. Najmi. 2017. *Strategi Komunikasi Model Sang Nabi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Ghozali, Syukri. 1985. *Pedoman Zakat 9 Seri*. Jakarta: Proyek Pembinaan Zakat dan Wakaf
- Hafidh, Al dan Suhaemi Masrap. 1986. *Tarjamah Riadhush Shalihin*. Surabaya: Mahkota
- Hasriandi, *Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) dalam Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Kecamatan Rappocini Kota Makassar*. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/4626/1/HASRIANDI.pdf> diakses pada tanggal 15 Desember 2017
- <https://m.facebook.com/lazismupre/posts/1404108342967212:0> diakses pada tanggal 2 November 2017
- <http://www.suaratimur.com/dewan-guru-dan-tu-smp-9-parepare-berzakat-ke-lazismu/1871/> diakses pada tanggal 30 Maret 2018
- <http://www.suaratimur.com/karyawan-toyota-kalla-berzakat-di-lazismu/2226/> diakses pada tanggal 30 Maret 2018
- <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Instagram>
- <https://id.m.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>

- <https://www.lazismu.org/gelar-tabligh-akbar-sambut-ramadhan-dengan-program-inovatif-di-parepare/>
- Ja'far, Muhammad. 1985. *Tuntutan Ibadat Zakat Puasa dan Haji*. Malang: Kalam Mulia
- Lazismu Parepare, 2017. <https://www.lazismu.org/lazismu-parepare-penyetor-zakat-terbanyak/> diakses pada 2 November 2017
- Lazismu Parepare, *Berbagi Untuk Sesama*. www.lazismu.org diakses pada tanggal 17 Desember 2017
- Morrison. 2013. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Pijarnews, 2017. <http://pijarnew.com/hanya-delapan-bulan-lazismu-parepare-kumpulkan-zakat-rp25-miliart/> diakses pada 2 November 2017
- Ramzi, *Pendayagunaan Zakat di Lazismu Solo dalam Perspektif Hukum Islam*. <http://eprints.ums.ac.id/39798/1/02%20NASKAH%20PUBLIKASI.pdf> diakses pada tanggal 15 Desember 2017
- Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rustan, Sultra Ahmad dan Nurhakki. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish
- Syarifuddin, Amir. 2010. *Garis-garis Besar Fiqhi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Tamimy Fadhol, Muhammad. 2017. *Sharing-mu, Personal Branding-mu*: Semarang: Visimedia

PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman wawancara digunakan agar wawancara yang dilakukan tidak menyimpang dari tujuan penelitian, dengan mencatat pokok-pokok pertanyaan dan selanjutnya pertanyaan diberikan mengikuti dari jawaban responden, untuk mendapat informasi yang lebih mendalam.

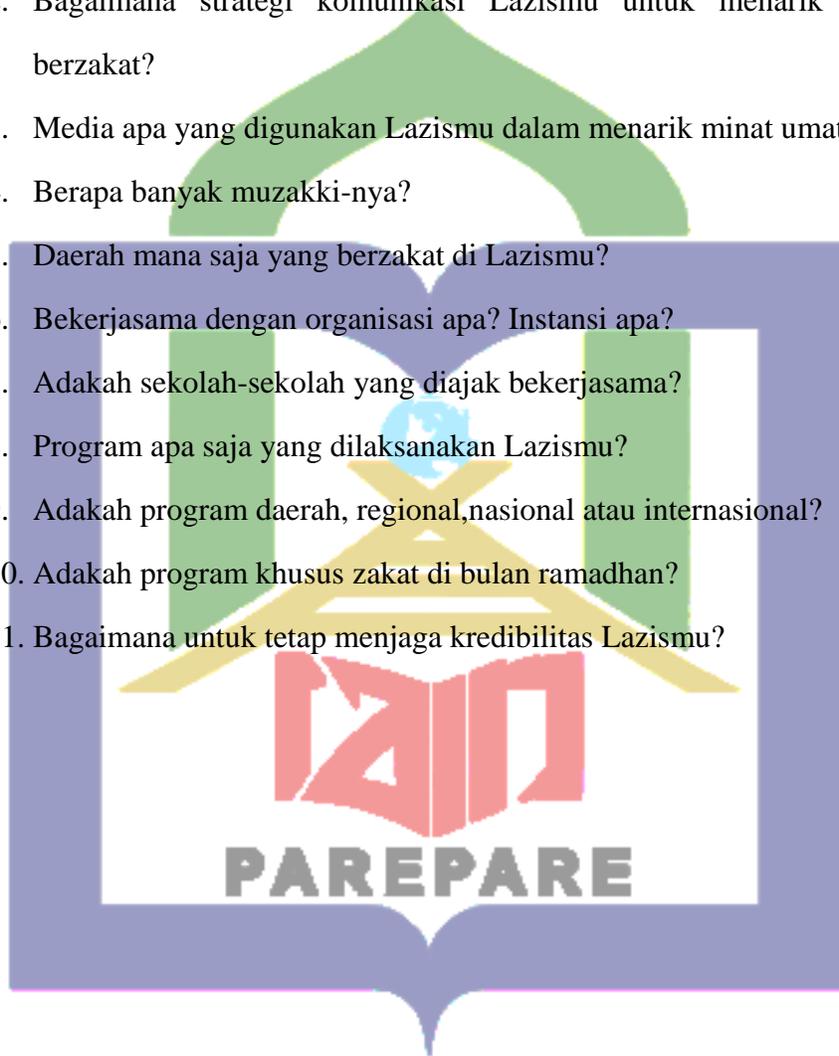
Pertanyaan penelitian yang disusun sebagai sebuah panduan wawancara yang menggali data pada responden yang telah membayar zakat di Lazismu dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami serta menyampaikannya dengan santun agar responden merasa nyaman ketika diwawancarai. Adapun rincian wawancaranya, antara lain:

1. Identitas responden? meliputi nama, usia, serta pekerjaan
2. Kenal Lazismu dari mana?
3. Menurut Bapak / Ibu, Lazismu itu seperti apa?
4. Sejak kapan jadi donator Lazismu?
5. Kenapa memilih Lazismu?
6. Apakah Bapak / Ibu yakin zakatnya disalurkan dengan baik?
7. Bagaimana prosedur untuk membayar zakatnya di Lazismu?
8. Apa pengalaman spiritual setelah mengeluarkan zakat?

Selain melakukan wawancara dengan beberapa muzakki yang menjadi subjek utama penelitian, penulis juga melakukan tambahan wawancara dengan salah satu pihak Lazismu Syaiful Amir sebagai sekretaris Lazismu, di mana Beliau termasuk orang yang paham betul tentang Lazismu setelah Ketua Lazismu Parepare, Ibu Erna Taufan Pawe.

Ada pun panduan wawancara meliputi beberapa pertanyaan, yang akan dikembangkan di lokasi penelitian, meliputi:

1. Identitas Informan, meliputi: nama, usia, serta pekerjaan
2. Bagaimana strategi komunikasi Lazismu untuk menarik minat umat berzakat?
3. Media apa yang digunakan Lazismu dalam menarik minat umat berzakat?
4. Berapa banyak muzakki-nya?
5. Daerah mana saja yang berzakat di Lazismu?
6. Bekerjasama dengan organisasi apa? Instansi apa?
7. Adakah sekolah-sekolah yang diajak bekerjasama?
8. Program apa saja yang dilaksanakan Lazismu?
9. Adakah program daerah, regional, nasional atau internasional?
10. Adakah program khusus zakat di bulan ramadhan?
11. Bagaimana untuk tetap menjaga kredibilitas Lazismu?



HASIL WAWANCARA DENGAN KEPALA SD 45 PAREPARE

Tanggal Wawancara : 02 Mei 2018
Setting Wawancara : Obrolan
Subjek Terlibat : 1 orang
Nama subjek : M. Dahlan
Pekerjaan Subjek : Kepala Sekolah
Jam Wawancara : 07.33 – 07.40 WITA

Keterangan.

P : Peneliti
 MD : Nama inisial subjek

Uraian Ucapan Laku
 DATA UCAP PELAKU AKTOR TERTELITI

P	Bicara soal Lazismu, Bapak kenal Lazismu dari mana?
MD	<i>Awal mulanya itu, saya mengenalnya melalui sosialisasi dengan sekertarisnya, kemudian Ibu Erna kan ketuanya ya. Ada juga sosialisasi tentang zakat di sekolah, kami meyambut baik, kenapa? Karena Lazismu mengajarkan dan mengimplementasikan kepada peserta didik untuk mengamalkan rukun Islam yang ketiga, tentang pentingnya membayar zakat ya. Kemudian itu, sebagai pembelajaran juga kepada sekolah agar senantiasa berbagi kepada orang yang membutuhkan. Jadi saya pribadi, kenalnya itu dari Ibu Pembina Majelis Anak Saleh sekaligus Beliau adalah Ketua Lazismu Kota Parepare, Ibu Hj. Erna Rasyid Taufan.</i>
P	Jadi, selanjutnya pak yang ingin saya tanyakan, sejak kapan Bapak jadi donaturnya Lazismu?
MD	<i>Sejak 3 bulan yang lalu</i>

P	Berarti masih terbilang baru ya pak
MD	<i>Iya, karena Lazismu sendiri juga termasuk lembaga zakat baru di Parepare, itu pun masih ada beberapa kalangan yang belum tahu tentang Lazismu.</i>
P	Terus kenapa Bapak bisa memilih Lazismu sedangkan diketahui masih ada lembaga zakat lain di Parepare?
MD	<i>Karena pada dasarnya itu lembaga zakat Lazismu dan Lazisnu sama saja, tapi yang duluan menghubungi dan mengajak kerjasama kami adalah Lazismu. Pada dasarnya kan kita ini artinya siapa pun yang memang welcome dan mau mengunjungi sekolah untuk mengajak kami bahwa berbagi sesama itu bermanfaat, kami tetap membuka diri siapa pun yang datang.</i>
P	Jadi, apa Bapak yakin sama Lazismu kalau zakatnya ini disalurkan dengan baik?
MD	<i>Iya, Lazismu dalam hal ini memang dia profesional, kemudian transparan juga memang tersalurkan ke pihak yang membutuhkan. Lazismu juga ada catatannya disalurkan ke mana, ada juga kartunya, ada nomor pokok wajib zakat. Kemudian nanti itu menjadi kepentingan bagi pegawai juga ya untuk membayar zakat, itu masuk di zakat profesi. Sekolah kita juga ada kerjasama, ada wujud daripada komitmen itu adalah piagam kerjasama.</i>
P	Terus pak, bagaimana prosedur membayar zakatnya Lazismu?
MD	<i>Prosedurnya itu diberikan kemudahan, bisa lewat Bank, bisa juga dijemput. Kalau di sekolah kami, biasa menggunakan kedua-duanya, kadang kalau bermasalah sistem di Bank, ya bisa langsung dijemput dana zakatnya sekalian mengambil dana infaq dalam satu minggu itu, kan ada itu programnya Lazismu filantropi yang celengan kaleng disimpan di tiap kelas untuk diisikan uang receh sebagai infaq dalam satu minggu. Mungkin itu seratus rupiah tidak bermanfaat bagi orang yang berlebihan,</i>

MD	<p><i>Kita juga kan yakin bahwa jika menolong sesama dalam hal ini berbagi maka Allah akan menambahkan daripada itu. Jangan pernah takut pada kekurangan karena itu janji Allah ya. Dengan berzakat juga menjadi pelindung diri dan mensucikan diri kita.</i></p>
----	---



**HASIL WAWANCARA DENGAN WIRUSAHA MONOKROM DI
PAREPARE**

Tanggal Wawancara : 03 Mei 2018
Setting Wawancara : Obrolan
Subjek Terlibat : 1 orang
Nama subjek : Firdayanti
Pekerjaan Subjek : Wirausaha
Jam Wawancara : 17.52 – 18.00 WITA

Keterangan.

P : Peneliti

FD : Nama inisial subjek

Uraian Ucapan Laku

DATA UCAP PELAKU AKTOR TERTELITI

P	Awal mula kenal Lazismu dari mana?
FD	<i>Pertama kali kenal itu dari teman juga</i>
P	Dari teman ya kak
FD	<i>Iya, kalau tidak salah dia juga pengurus Lazismu.</i>
P	Siapa nama temannya kak?
FD	<i>Namanya A. Hasniar, dek</i>
P	Jadi, begitu kak, awalnya kenal dari teman sampai akhirnya tertarik juga berzakat di Lazismu?
FD	<i>Iya dek, karena sebelumnya itu saya berzakat di panti asuhan sama pesantren.</i>

P	Sejak kapan jadi donatur zakatnya Lazismu kak?
FD	<i>Sejak beberapa bulan yang lalu. Mungkin tiga atau empat bulanan</i>
P	Iya kak, karena kan Lazismu juga ini terbilang baru
FD	<i>Iya masih baru, kurang lebih tiga bulan itu saya berzakat di Lazismu.</i>
P	Apakah sudah yakin kalau zakatnya kakak itu tersalurkan dengan baik di Lazismu?
FD	<i>Kalau menurut saya pribadi, iya yakin karena penjelasannya juga teman meyakinkan jadi saya paham. Saya juga tertarik karena ada beberapa teman yang lebih duluan menjadi donatur Lazismu.</i>
P	Jadi Lazismu ini menurut kakak, seperti apa sebenarnya?
FD	<i>Menjadi tempat menyalurkan sedikit harta kita kepada orang yang lebih membutuhkan. Begitu saya menurutku dek, karena saya pikir memang begitu lah defenisiku soal Lazismu hehe. Dan sepertinya Lazismu memang bisa bantu orang-orang yang betul-betul membutuhkan dari berbagai program yang diadakan.</i>
P	Jadi, apakah yang didonaturkan itu, zakat saja? atau berinfak juga?
FD	<i>Belum, tapi Insya Allah ini berinfak. Kalau untuk setiap bulannya saya memang berzakat, zakat penghasilan. Nanti ini sebelum lebaran, saya bayar zakat fitrah di Lazismu.</i>
P	Kalau untuk bayar zakatnya, kakak sendiri yang ke sana atau bagaimana?
FD	<i>Tidak, orangnya Lazismu yang langsung datang. Biasanya memang janji ketemu sama pihak Lazismu, memang Lazismu memfasilitasi penjemputan zakatnya.</i>
P	Jadi, selama ini berzakat di Lazismu, selalu dijemput ya zakatnya kak?
FD	<i>Iya betul, dijemput dek</i>

P	Terakhir kak yang mau saya tanyakan. Apa pengalaman spiritual yang dialami setelah membayar zakat? Pasti ada pengalamannya
FD	<i>Alhamdulillah selama saya berikan sedikit penghasilanku kepada orang yang betul-betul membutuhkan, ada beberapa yang terlihat, contohnya rezeki yang dulunya saya kadang mengeluh, sekarang Alhamdulillah tidak seperti dulu lagi sebelum saya berzakat di Lazismu.</i>
P	Masya Allah, Alhamdulillah kak.. karena setiap kebaikan akan dibalas beribu kebaikan oleh Allah SWT. semoga selalu dilimpahkan rezekinya kak.



HASIL WAWANCARA DENGAN KARYAWAN BUMN DI PAREPARE

Tanggal Wawancara : 04 Mei 2018
Setting Wawancara : Obrolan
Subjek Terlibat : 1 orang
Nama subjek : Musdalifah
Pekerjaan Subjek : Karyawan BUMN
Jam Wawancara : 09.26 – 09.32 WITA

Keterangan.

P : Peneliti
 MS : Nama inisial subjek

Uraian Ucapan Laku

DATA UCAP PELAKU AKTOR TERTELITI

P	Dari mana kenal Lazismu Parepare?
MS	<i>Dari temanku, niar namanya.</i>
P	Sejak kapan jadi donaturnya Lazismu?
MS	<i>Sejak ramadhan kemarin, berarti bulan enam tahun lalu.</i>
P	Iya kak tahun lalu, nah terus kenapa bisa pilih Lazismu kak?
MS	<i>Karena Lazismu itu dia jemput angsuran, terus dengan kwitansinya Lazismu bisa juga digunakan kalau bayar pajak dapat kekurangan atau sejenisnya lah. Sedangkan kalau di tempat lain tidak dijemput juga, kadang saya juga ingat sendiri, terus masalahnya kalau di tempat lain juga biasanya mereka datang sekali dua bulan. Makanya saya pilih Lazismu, kah tiap bulan mengingatkan.</i>
P	Jadi, sudah yakin ini kak kalau itu zakatnya yang disalurkan ke Lazismu, tersalurkan dengan baik ke mustahiknya?

MS	<i>Iya yakin, karena selama ini saya juga dengar dari orang-orang kebanyakan dari mereka itu zakat atau infaq ya ke sana saja karena Lazismu juga jelas, ada kwitansinya, baru dia juga cetak bukan tulisan tangan. Saya juga pernah baca, dia itu ada grupnya di WA daftar nama-nama orang yang berzakat di sana, dan memang banyak peminatnya.</i>
P	<i>Jadi, kalau menurut kakak sendiri, Lazismu itu seperti apa sebenarnya?</i>
MS	<i>Lazismu itu lembaga penyaluran dana zakat, infaq dan sedekahnya orang-orang. Terus saya juga pikir, apa pun itu yang mau kita sumbang, memang lebih gampang lewat Lazismu. Berzakat di Lazismu juga banyak pengetahuan tentang zakat ditahu, ada yang dikatakan zakat profesi, zakat mal, zakat fitrah dll. Pokoknya dari sebelumnya saya tidak tahu apa-apa secara rinci pembagian zakat itu apa saja dan bagaimana, awalnya kan cuman menyumbang-nyumbang saja padahal itu ada hitungannya. Untungnya ada teman yang pengurusnya Lazismu datang dan memberitahu begini begitu, jadi saya paham dan sampai sekarang memercayakan zakat di Lazismu.</i>
P	<i>Berarti kakak cuman berzakat dan berinfak di Lazismu saja?</i>
MS	<i>Iya dek, paling kalau di luar menyumbang ke masjid saja begitu</i>
P	<i>Salah satu prosedur membayar zakatnya Lazismu itu dijemput, kalau kakak sendiri? lebih suka dijemput ya kak?</i>
MS	<i>Iya dek, saya lebih suka dijemput karena lebih meyakinkan kalau saya kasih langsung dengan cara dia datang sendiri ke rumah.</i>

P	Terus kak yang terakhir, apa pengalaman spiritual yang dirasakan setelah membayar zakat di Lazismu khususnya?
MS	<i>Kalau saya pribadi, Alhamdulillah kehidupanku jadi lebih bagus, terus selama ini saya nda tau apa-apa itu jenis zakat dan sejak kenal Lazismu saya jadi tahu. Alhamdulillah rejeki juga lancar. Pokoknya dengan Lazismu, saya banyak dapat ilmu tentang zakat dan sejenisnya. Penjelasan dari pihak Lazismu juga meyakinkan.</i>



HASIL WAWANCARA DENGAN SEKERTARIS LAZISMU DI PAREPARE

Tanggal Wawancara : 23 April 2018
Setting Wawancara : Obrolan
Subjek Terlibat : 1 orang
Nama subjek : Syaiful Amir
Pekerjaan Subjek : Dosen Umpar dan Sekertaris Lazismu
Jam Wawancara : 14.49- 15.14 WITA

Keterangan.

P : Peneliti
 SA : Nama inisial subjek

Uraian Ucapan Laku

DATA UCAP PELAKU AKTOR TERTELITI

P	Bagaimana strategi komunikasinya Lazismu untuk menarik minat umat berzakat?
SA	<i>Strategi Lazismu itu, kita mengemas program fundraising ini semenarik mungkin sehingga orang itu tertarik. Jadi kita bikin berdasarkan program ya, tidak sekedar mengajak orang berzakat. Tapi zakat itu untuk apa, makanya kita bikin program. Ya, jadi strategi-strategi Lazismu itu sendiri ada: 1) segmentasi minat muzakki berdasarkan program yang ada; 2) good report (memperbaiki laporan) karena itu adalah bagian dari strategi, kalau bagus ki laporan ta, pertanggungjawabannya, maka orang akan semakin percaya; 3) perbanyak jalin kerjasama; 4) sponsorsif kerja sama. Ya seperti itu.</i>

P	<p>Apa saja itu yang menjadi segmentasi minat muzakki, ustadz? Maksudnya apa saja segmentasi program-programnya?</p>
SA	<p><i>Segmentasi programnya itu terbagi atas lima bidang, dari bidang ekonomi, seperti BiUEKA (Bina Usaha Ekonomi Keluarga) di mana tujuannya untuk membantu masyarakat yang butuh modal usaha. Dari bidang kesehatan juga ada, seperti bantuan pengobatan, khitan massal, penanggulangan gizi buruk dan tuberkulosis. Kemudian, dari bidang dakwah, seperti bantuan muallaf, pelatihan kader da'i, paket untuk marbot masjid. Sedang dalam bidang sosial, ada bantuan bedah rumah, bantuan untuk orang yang mengalami kecelakaan, bencana, kebakaran dan lain-lain. Terakhir bidang pendidikan yaitu bantuan beasiswa 1000 sarjana dan beasiswa sang surya, sebagai bentuk apresiasi kepada mahasiswa berprestasi.</i></p>
P	<p>Jadi berapa banyak muzakki untuk setiap program itu?</p>
SA	<p><i>Kalau dana zakat infaq maupun sedekah yang masuk, dalam setiap bulannya itu yang terkumpul sekian akan dikelolakan untuk satu program pada bulan berikutnya.</i></p>
P	<p>Terus media apa yang digunakan Lazismu untuk menarik minat umat berzakat?</p>
SA	<p><i>Lazismu itu menggunakan strategi darat dengan memanfaatkan media cetak seperti, pamphlet, brosur, dan spanduk. Tidak hanya itu saja, Lazismu juga menggunakan strategi udara dengan memanfaatkan media online seperti whats'app, facebook, instagram, youtube dan sejenisnya, juga melalui radio mesra, radio peduli dan tv peduli.</i></p>

P	Jadi Lazismu ini benar-benar memanfaatkan media komunikasi dengan baik. Ada secara verbal dan nonverbalnya juga. Nah terus ustadz, selama ini sudah berapa banyak muzakki Lazismu?
SA	<i>Muzakki Lazismu itu ada dua kategori: ada muzakki tetap (secara reguler) sesuai dengan gaji mereka, muzakki aktif. Terus ada juga yang dinamakan muzakki tidak terikat seperti, mereka yang menyeter zakat, infaq atau sedekah sebagai hamba Allah dan ada juga yang menyebut nama. Ada juga muzakki reguler tapi bukan person, dia lembaga, misalnya Toyota, sekolah-sekolah. Adaji itu data-datanya muzakki, tinggal ambil saja nanti datanya.</i>
P	Kemudian, dari daerah mana saja yang berzakat di Lazismu?
SA	<i>Dengan pemanfaatan digital fundraising, muzakki Lazismu itu ada dari Makassar, Jakarta, Palu, dan beberapa daerah lainnya.</i>
P	Jadi berkat teknologi ini, Lazismu bisa menjangkau daerah luar dari Parepare?
SA	<i>Iya kurang lebih seperti itu.</i>
P	Terus ini ustadz, Lazismu bekerja sama dengan organisasi apa? Instansi apa?
SA	<i>Lazismu itu bekerja sama dengan Ortom Muhammadiyah, Majelis dan Lembaga AUM, UM Parepare, Masjid, BKMT, Toyota Kalla, PLN, Telkom, BSM, Mandiri, BPD Sulselbar, Baznas, SMP se-kota Parepare, SD, SMA, Komunitas SSC IAIN Parepare, TNI dan Polri, Kantor SKPD, BUMN, BUMD,KNPI, dan lain-lain. Dan lazismu tetap terbuka untuk menjalin mitra dengan lembaga lainnya yang se-Visi.</i>
P	Untuk sekolah-sekolah, apa bentuk kerjasamanya? Mungkin ada program khusus?

SA	<i>Kalau di sekolah-sekolah itu, kami menyediakan kaleng infaq di setiap kelasnya, program itu namanya filantropi cilik di mana siswa itu dididik untuk menjadi dermawan sejak dini.</i>
P	Memang bagus mengajar siswa-siswa untuk berinfaq, supaya nanti kalau sudah dewasa, mereka sudah bisa berbagi dengan sesama. Kemudian ustadz, apa saja programnya Lazismu yang mungkin menjadi program unggulan juga?
SA	<i>Ada program unggulan dari Lazismu, seperti beasiswa 1000 sarjana, rumah tahfidz, Indonesia siaga bencana, Lazismu mobile clinic (mobil ambulance), BiUEKA (Bina Usaha Ekonomi Keluarga), dan seragam sekolah anak yatim dan dhuafa.</i>
P	Apa ada program daerah, regional, nasional atau internasional yang dilakukan Lazismu?
SA	<i>Kalau program lokal itu seperti membantu mereka yang tertimpa musibah kebakaran misalnya. Kalau program nasional itu seperti membantu masyarakat yang tertimpa bencana. Dan program internasional itu seperti turut serta dalam membantu umat Islam yang di luar negeri yang tertimpa musibah seperti tragedi Rohingya.</i>
P	Semoga Lazismu bermanfaat bagi setiap umat yang membutuhkan bantuan.
SA	<i>Aamiin.</i>
P	Selanjutnya ustadz, apa ada program khusus zakat di bulan ramadhan?
SA	<i>Iya, tentu ada.</i>

P	Seperti apa itu ustadz?
SA	<i>Program yang akan di laksanakan di bulan ramadhan itu seperti, 1) ramadhan berbagi (berbaginya itu macam-macam, bagi sembako, memberikan parcel kepada marbot, ada takjil on the road); 2) ada program back to masjid (bersih-bersih masjid, memberikan Al-Qur'an, memberi fasilitas mukenah bersih, memperbaiki sound system masjid) tapi kita fokus pada masjid-masjid pinggiran; 3) ada juga program kado ramadhan (diberikan kepada anak-anak jalanan dan panti asuhan); 4) mudik aman (untuk memberikan fasilitas dan layanan) juga untuk memfasilitasi membayar zakatnya sekaligus pemberian informasi.</i>
P	Lazismu benar-benar menarik dengan berbagai program yang dihadirkan, saya pikir akan semakin bertambah muzakkinya. Nah terakhir yang mau saya tanyakan sama ustadz sebagai informan terpercaya Lazismu. Bagaimana untuk tetap menjaga kredibilitas Lazismu agar orang-orang percaya dan tetap yakin dengan Lazismu ?
SA	<i>Untuk tetap menjaga kredibilitas di hadapan khalayak. Lazismu mengangkat personal branding (orang-orang yang mengelola Lazismu harus orang yang terpercaya. Kemudian program branding (membuat program kreatif dan inovatif berdasarkan analisis kebutuhan). Provide profile-nya juga harus jelas (siapa orang-orangnya, alamatnya di mana). Senantiasa melaporkan program-program secara rutin dan selalu mempublikasi program-program, apakah dalam bentuk foto atau video diposting melalui email, wa, fb, dll.</i>
P	Terimakasih untuk waktu dan informasinya tentang Lazismu.

Data Muzakki Lazismu

No	Nama	Alamat	Nominal (Rp.)/Bulan	NPWZ
1	H. Muhammad Siri Dangnga, MS., Prof., Dr		100000	50502 2000001
2	H. Mahsyar Idris, M. Ag., Dr.		150000	50502 2000002
3	Hj. Nurhayati Ali, M. Ag., Dr.		100000	50502 2000003
4	Mufflihah Siri, Drg		100000	50502 2000004
5	Triyuli Mafullah		25000	50502 2000005
6	Saiful Amir, S.Sos.i		100000	50502 2000006
7	Hj. Nurpati		50000	50502 2000007
8	Hj. Musdalifah Tamrin		100000	50502 2000008
9	H. Muh. Tamrin		100000	50502 2000009
10	H. Andi Amri Lowong		150000	50502 2000010
11	S. Alwi		25000	50502 2000011
12	Ayu Purnamasari ,dr		100000	50502 2000012
13	Budi Siri,. dr		100000	50502 2000013
14	Azima Bado		25000	50502 2000014
15	Hj. Surianti	Jln. H. Baharuddin siata 081343846533	100.000	50502 2000015
16	Iriani Ambar	Jln Jend Ahmad Yani/0813426 11210	150.000	50502 2000016
17	Mardhatillah Ahmad	Jln Jend Sudirman/	100.000	50502 2000017

18	H. Gustiyanti		100.000	50502 2 000018
19	Kurnia H	Industri Kecil	25.000	50502 2 000019
20	Rosmala Dewi	Jln Lasinrang	25.000	50502 2 000020
21	Yudio Kristanto	Jln Jami Ismail	100.000	50502 2 000021
22	Ihwan Purnama	Makassar	100.000	50502 2 000022
24	Nur Ikhwana	Jln. H.A.M Arsyad/085 340 987 666	100.000	50502 2 000024
25	Murlina Kasim	Jln. Muh. Djasim No 16 Parepare/0811 4214567	100.000	50502 2 000025
26	Ahmad Selao STP, MSc	BTN Pepabri	100.000	50502 2 000026
27	Asniah Bado	TEGAL/081 342 613 280	100.000	50502 2 000027
28	Ismail Takka	Belakang Masjid Agung Kota Parepare	20.000	50502 2 000028
29	Ainun Ruslina Varadillah Sandi	Jln Ganggawa/085 294 462	10.000	50502 2 000029
30	A.Muh.Ayyub	Jln Andi Sinta n0 40 A/0823433811 44	10.000	50502 2 000030
32	dr. A. Besse Dewagong, M.Kes	Jln. Jend Sudirman 57/081 295 3772	200.000	50502 2 000032
33	Adiel Bado	Tegal/081 242 147 663	50.000	50502 2 000033
34	Hj. Nuraeny L	Tegal/Pensiun an	50.000	50502 2 000034
35	Rosmini	KBS	100.00	50502 2 000035

36	Syafuruddin	Jln Bau Massepe	100.000	50502 2 000036
37	Gagaring Pagalung, Prof		200.000	50502 2 000037 Belum Tercetak
38	Wigra		10.000	50502 2 000038
39	Hj. Ifha		10.000	50502 2 000039
40	Ervinna Rasyid		10.000	50502 2 000040
41	Hj Wahyuni Khalik		50.000	50502 2 000041
42	Makhrajani Madjid		50.000	50502 2 000042
43	Dr.Muh Saleh,M.Ag		100.000	50502 2 000043
44	Ahmad Risyad Anwar		50.000	50502 2 000044
45	Yusril Anugrah Anwar		100.000	50502 2 000045
46	H.Anwar Saad		100.000	50502 2 000046
47	Muh Yamin		100.000	50502 2 000047
48	Rulyani Harun		200.000	50502 2 000048
49	Erwin		100.000	50502 2 000049
50	Muhammad Naim		100.000	50502 2 000050
51	Prof Dr.Irwan Akib. M. Pd		100.000	50502 2 000051
52	Rahmansyah		100.000	50502 2 000052
53	A.Nurhasanah		100.000,-	50502 2 000053
54	A.Fitriani Djollong,M.Pd		100.000,-	50502 2 000054
55	Muhammad Nurmaallah., S.Ag		50.000,-	50502 2 000055
	Hj Masniar Djabir		150.000,-	50502 2

56				000056
57	Bustan		100.000,-	50502 2 000057
58	Drs Sudirman Kadir		100.000,-	50502 2 000058
59	Nurul Amin		100.000	50502 2 000059
60	Dr.Ramli Ahmad		100.000	50502 2 000060
61	Vernita Sari		100.000	50502 2 000061
62	IRNA		100.000	50502 2 000062
63	Nurul Hikmah Arief			50502 2 000063
64	A. Halijah		100.000	50502 2 000064
65	Skorjeni		100.000	50502 2 000065
66	Sahrul Gunawan		20.000	50502 2 000066
67	Hasnati S.Pd, M.Pd		20.000	50502 2 000067
68	Darwis Daniel		100.000	50502 2 000068
69	Henny Kumala Dewi		50.000	50502 2 000069
70	Ichsan Mahyuddin		100.000	50502 2 000070
71	Hamzah Mustakim SE		20.000	50502 2 000071
72	H. Hamzah		100.000	50502 2 000072

73	Asnur Paweri		100.000	50502 2 000073
74	Burhana		50.000	50502 2 000074
75	Makmur		100.000	50502 2 000075
76	Nursyamsi		100.000	50502 2 000076
77	Asni, S.Pd		50.000	50502 2 000077
78	Dra. Hj. Rahmatan		100.000	50502 2 000078
79	Irwan A, S.Pd		100.000	50502 2 000079
80	Abdul Khalik H		50.000	50502 2 000080
81	Fitria Hikmawati		20.000	50502 2 000081
82	Ernawaty K		50.000	50502 2 000082
83	Ardi, S.Pd		50.000	50502 2 000083
84	Budiyani		50.000	50502 2 000084
85	Maryati Gaesang, S.Pd		50.000	50502 2 000085
86	Andi Haryani		50.000	50502 2 000086
87	Drs. M. Sofyan		100.000	50502 2 000087

88	Firdaus Sapri, S.Pd		50.000	50502 2 000088
89	Nurdiana, S.Pd		20.000	50502 2 000089
90	Jalaluddin, S.Pd		50.000	50502 2 000090
91	Anisah		100.000	50502 2 000091
92	Rakhmiah		50.000	50502 2 000092
93	Hartati M		50.000	50502 2 000093
94	Nurbaiti		100.000	50502 2 000094
95	Usman Sangkala, S.Pd.I., M.Pd.I		100.000	50502 2 000095
96	Dr. Muh. Saleh, M.Ag		100.000	50502 2 000096
97	Bu Khairi		50.000	50502 2 000097
98	Usman S.Km., M.Kes		100.000	50502 2 000098
99	H. Muh. Dahlan, S.Pd.I., M.Pd.I		100.000	50502 2 000099
100	Hasnah		50.000	50502 2 000100
101	Andi Nurhatina, S.Sos		100.000	50502 2 000101
102	Sitti Rahma S.Pd		100.000	50502 2 000102
103	Ayuwinda, S.Hut		100.000	50502 2

				000103
104	Afniati		100.000	50502 2 000104
105	Fitriani HS		50.000	50502 2 000105
106	Andi Nuranna S.Pd		50.000	50502 2 000106
107	Novia Nurmaladewi		100.000	50502 2 000107
108	Hj. Heriah, S.Pd		15.000	50502 2 000108
109	Darmawati		10.000	50502 2 000109
110	Hajrah Lahama, S.Pd		10.000	50502 2 000110
111	Cica Azizah		10.000	50502 2 000111
112	Ratnawati		10.000	50502 2 000112
113	Sunarti		10.000	50502 2 000113
114	Sajerah		20.000	50502 2 000114
115	Hj. St Suarnah		20.000	50502 2 000115
116	Hj. Atirah		20.000	50502 2 000116
117	Hj. Hartati, S.Pd		50.000	50502 2 000117
118	Andi Nilawati		50.000	50502 2 000118
119	Nurnaningsih		50.000	50502 2 000119
120	Rosnah		100.000	50502 2 000120
121	Haryuni Rahayu		50.000	50502 2 000121
122	Andi Megawaty		100.000	50502 2 000122
123	Rianti Putri Jaeni		50.000	50502 2 000123

124	Astika Fitra Utami, S.Pd		50.000	50502 2 000124
125	Dahlina		50.000	50502 2 000125
126	Kameraia		50.000	50502 2 000126
127	Andi Neli A. Patiroi		80.000	50502 2 000127
128	Rahmawati		50.000	50502 2 000128
129	Andi Arina Mardiana		50.000	50502 2 000129
130	Ramli		20.000	50502 2 000130
131	Mingki		50.000	50502 2 000131
132	Amrah, S.Pd.I			50502 2 000132
133	Sarina		10.000	50502 2 000133
134	Syamsuriati S.Pd		10.000	50502 2 000134
135	Leny Muliani		10.000	50502 2 000135
136	HJ. Darma		20.000	50502 2 000136
137	Muhammad Yahya, S.Pd., M.Pd		80.000	50502 2 000137
138	Herman S		10.000	50502 2 000138
139	Yusrawaty		10.000	50502 2 000139
140	Rahmawati		10.000	50502 2 000140
141	Hj. Nurlia, S.Pd		100.000	50502 2 000141
	Widyastuti		100.000	50502 2

142				000142
143	Hamka Taking		100.000	50502 2 000143
144	Novitasari		100.000	50502 2 000144
145	Dr. Hj. Marwati Malik, M.Pd		100.000	50502 2 000145
146	Hafandi , SE		100.000	50502 2 000146



DOKUMENTASI



Wawancara Bersama Pihak Lazismu



Wawancara Bersama Donatur Lazismu (1)



Wawancara Bersama Donatur Lazismu (2)



Wawancara Bersama Donatur Lazismu (3)

BIOGRAFI PENULIS



Henny Sumarja adalah nama penulis skripsi ini. Penulis lahir dari orang tua bernama Djamal dan Sumarni sebagai anak keempat dari lima bersaudara. Penulis dilahirkan di Kelurahan Bumi Harapan, Kecamatan Bacukiki Barat, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 14 Oktober 1996.

Penulis mulai menempuh pendidikan di SDN 64 Parepare pada tahun 2002 dan selesai pada tahun 2008, Mts DDI Lil Banat Parepare selesai pada tahun 2011, MAN 2 Parepare selesai pada tahun 2014, dan kemudian lanjut di Perguruan Tinggi mengambil Jurusan Dakwah dan Komunikasi Prodi Komunikasi Penyiaran Islam di STAIN Parepare pada tahun 2014, penulis memilih jurusan tersebut karena tertarik menjadi seorang Reporter. Saat masa perkuliahan penulis melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Baroko, Kecamatan Baroko, Kabupaten Enrekang pada tahun 2017 dan setelah menyelesaikan KPM penulis kembali melaksanakan Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) di Dinas Kominfo Provinsi Sulawesi Barat, Kabupaten Mamuju.

“Jadilah penyebar informasi yang positif dan bermanfaat bagi khalayak, sebaik-baiknya pembicara adalah ia yang mengerjakan apa yang dikatakan.”

-Henny Sumarja-